व्यावहारिक हिंदी

व्यावहारिक हिंदी

कक्षा 11-12 की ऐच्छिक हिंदी की पाठ्यपुस्तक

संपादक

चन्द्रा सदायत

राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसंधान और प्रशिक्षण परिषद्

NATIONAL COUNCIL OF EDUCATIONAL RESEARCH AND TRAINING

प्रथम संस्करण
मार्च 2003
फाल्गुन 1924

ISBN 81-7450-079-0

PD 20T MK

एन.सी.ई.आर.टी. के प्रकाशन विभाग के कार्यालय

एन.सी.ई.आर.टी. कैंपस	108, 100 फीट रोड, होस्डेकेरे	नवजीवन ट्रस्ट भवन	सी.डब्ल्यू.सी. कैंपस
श्री अरविंद मार्ग	हेली एक्सटेंशन बनाशंकरी III इस्टेज	डाकघर नवजीवन	निकट: धनकल बस स्टाप
नई दिल्ली 110 016	बेंगलूर 560 085	अहमदाबाद 380 014	पनिहटी, कोलकाता 700 114

प्रकाशन सहयोग

संपादन : मीरा कांत
उत्पादन : कल्याण बैनर्जी
राजेश पिप्पल
सज्जा एवं आवरण : कल्याण बैनर्जी

रु. 20.00

एन.सी.ई.आर.टी. वाटर मार्क 80 जी.एस.एम. पेपर पर मुद्रित।

प्रकाशन विभाग में सचिव, राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसंधान और प्रशिक्षण परिषद, श्री अरविंद मार्ग, नई दिल्ली 110 016 द्वारा प्रकाशित तथा तरंग प्रिंटर्स, बी-50, कृष्ण कुंज एक्सटेंशन, पार्ट-II, लक्ष्मी नगर, दिल्ली -110 092 द्वारा मुद्रित।

आमुख

शिक्षा एक निरंतर विकासशील प्रक्रिया है इसलिए नवीन सामाजिक, सांस्कृतिक और शैक्षिक आवश्यकताओं को ध्यान में रखकर नए पाठ्यक्रम के विकास और नई पाठ्यपुस्तकों के निर्माण का कार्य सतत् चलता रहता है। सन 2000 में परिषद् ने विद्यालयी शिक्षा के लिए राष्ट्रीय पाठ्यचर्या की रूपरेखा तैयार की और उसके आधार पर विभिन्न पाठ्यक्रमों में संशोधन एवं परिवर्तन किए। नवनिर्मित पाठ्यक्रमों के अनुरूप ही परिषद् ने नवीन पाठ्यपुस्तकें तैयार करने का निश्चय किया। इसी क्रम में उच्चतर माध्यमिक स्तर पर ऐच्छिक हिंदी पढ़ने वाले विद्यार्थियों के लिए प्रस्तुत पाठ्यपुस्तक **व्यावहारिक हिंदी** तैयार की गई है।

पाठ्यक्रम संरचना की प्रक्रिया में ऐच्छिक हिंदी के अध्ययन-अध्यापन की प्रचलित पद्धति के अनुसार अब तक केवल साहित्य का शिक्षण ही होता आया है जो आज की आवश्यकताओं के अनुसार पर्याप्त नहीं है। नए पाठ्यक्रम का निर्माण करते समय यह सोचा गया कि हमारे विद्यार्थी केवल साहित्य के प्रति गंभीर जीवन-दृष्टि और सौंदर्य-तत्त्वों से ही अवगत न हों, बल्कि वे जीवन के विविध संदर्भों में प्रयुक्त होने वाली व्यावहारिक हिंदी का भी ज्ञान प्राप्त करें। यह पुस्तक इसी चिंतन का परिणाम है।

इस पुस्तक का प्रमुख प्रयोजन है – हिंदी भाषा के उन रूपों और अभिव्यक्तियों से विद्यार्थियों को परिचित कराना जिनका व्यावहारिक जीवन से गहरा संबंध है। इन भाषा-रूपों की अपनी एक अलग शब्दावली और संरचना है जो साहित्यिक भाषा से भिन्न है। इस पुस्तक के माध्यम से विद्यार्थी प्रशासन और कार्यालयों में प्रयुक्त होने वाली राजभाषा हिंदी और जनसंचार माध्यमों की भाषा का परिचय पा सकेंगे।

जीवन के विभिन्न व्यवहार-क्षेत्रों में प्रयुक्त होने वाली प्रयोजनमूलक हिंदी आज एक नए विषय और अनुशासन के रूप में विकसित हो रही है और स्नातक

स्तर पर विभिन्न विश्वविद्यालयों में व्यापक रूप से विद्यार्थी इसका अध्ययन कर रहे हैं। उच्चतर माध्यमिक स्तर पर व्यावहारिक हिंदी के इस परिचयात्मक पाठ्यक्रम द्वारा व्यावहारिक हिंदी का एक आधार निर्मित होगा और विद्यार्थी सहजता से उच्च शिक्षा के साथ इसका सामंजस्य स्थापित करने में सफल होंगे।

इस पुस्तक के निर्माण में हमें जिन शिक्षाविदों, भाषाशास्त्रियों, पत्रकारों और अध्यापकों का सहयोग मिला है, उन सबके प्रति परिषद् आभारी है।

एक नए प्रयोग के तौर पर यह छोटी-सी पुस्तक कक्षा ग्यारह और बारह के लिए संयुक्त रूप से तैयार की गई है। आशा है विद्यार्थी और शिक्षक इसका स्वागत करेंगे। पुस्तक के परिष्कार की दृष्टि से सुविज्ञजनों के सुझावों की हमें सदैव प्रतीक्षा रहेगी।

जगमोहन सिंह राजपूत
निदेशक
राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसंधान और प्रशिक्षण परिषद्

नई दिल्ली
जुलाई 2002

भूमिका

उच्चतर माध्यमिक स्तर पर विद्यार्थी ऐच्छिक हिंदी का अध्ययन एक साहित्यिक और सांस्कृतिक भाषा के रूप में करते हैं। साहित्य के अध्ययन द्वारा वे साहित्य की परंपराओं, प्रवृत्तियों, शैलियों, विधाओं और रचनाकारों से परिचित होते हैं तथा उन्हें साहित्य के सौंदर्य-तत्त्वों का भी बोध होता है, परंतु आज भाषा और साहित्य के अध्ययन का लक्ष्य यहीं तक सीमित नहीं है। हमारा प्रयास यह है कि युवा होते विद्यार्थियों को हिंदी साहित्य की समृद्ध परंपरा की जानकारी के साथ व्यावहारिक जीवन में हिंदी की वर्तमान शक्ति का भी परिचय प्राप्त हो जाए। यह पुस्तक इसी उद्देश्य से तैयार की गई है।

स्वतंत्रता के बाद हिंदी का प्रचार-प्रसार तेज़ी से बढ़ा और उसके प्रयोग-क्षेत्रों का विस्तार हुआ। अतः हिंदी भाषा के प्रयोग के जो नए-नए क्षेत्र विकसित हो रहे हैं, केवल साहित्यपरक शिक्षण के द्वारा उनसे अवगत नहीं हुआ जा सकता। उन क्षेत्रों के व्यवस्थित ज्ञान के लिए एक नई चिंतन-दृष्टि की आवश्यकता है। जीवन के विविध संदर्भों में प्रयुक्त होने वाली व्यावहारिक या प्रयोजनपरक हिंदी का अध्ययन आज बहुत आवश्यक हो गया है।

आज जहाँ एक ओर हिंदी राजभाषा के रूप में सरकारी कामकाज और प्रशासन में प्रयुक्त हो रही है तो वहीं दूसरी ओर वह जनसंचार के विविध रूपों– अखबार, रेडियो, टेलीविजन की भाषा के रूप में प्रचार-प्रसार पा रही है। विज्ञान, तकनीकी, वाणिज्य, व्यापार और न्याय आदि अनेक क्षेत्र हैं जहाँ आज हिंदी में कामकाज हो रहा है।

वैसे तो व्यावहारिक अथवा प्रयोजनपरक हिंदी का क्षेत्र बहुत व्यापक है, परंतु प्रशासन और जनसंचार दो ऐसे प्रमुख क्षेत्र हैं जहाँ हिंदी का व्यापक प्रयोग हो रहा है। ऐच्छिक हिंदी का पाठ्यक्रम तैयार करते समय यह सोचा गया कि विद्यार्थी इन दो प्रमुख व्यवहार-क्षेत्रों में प्रयुक्त होने वाली हिंदी का भी ज्ञान प्राप्त करें।

कक्षा ग्यारह-बारह के विद्यार्थियों की बौद्धिक क्षमता, रुचि और भाषिक योग्यता को ध्यान में रखते हुए यह पुस्तक तैयार की गई है जो दो भागों में विभाजित है। प्रथम भाग, **राजभाषा हिंदी** में व्यावहारिक हिंदी के स्वरूप और क्षेत्र के बारे में जानकारी दी गई है। राजभाषा के रूप में हिंदी की संवैधानिक स्थिति स्पष्ट करते हुए राष्ट्रभाषा और संपर्क भाषा से उसकी विशिष्टता को भी रेखांकित किया गया है। चूँकि कार्यालयों में कोई भी काम एक सुनिश्चित पद्धति के आधार पर होता है इसलिए कार्यालयी व्यवस्था को समझना बहुत आवश्यक है। कार्यालयों में पत्राचार कैसे किया जाता है, प्रतिवेदन, कार्यसूची और कार्यवृत्त तैयार करते समय किन बातों को ध्यान रखना चाहिए? इस प्रकार की कामकाजी हिंदी का परिचय विद्यार्थी कक्षा ग्यारह में प्राप्त करेंगे। विद्यार्थी बेहतर ढंग से कामकाजी हिंदी में योग्यता हासिल कर सकें, इसे ध्यान में रखते हुए पुस्तक में पारिभाषिक शब्दावली और प्रशासनिक अभिव्यक्तियों के अंग्रेज़ी- हिंदी रूप भी दिए गए हैं।

पुस्तक के दूसरे भाग का शीर्षक है **जनसंचार माध्यम और हिंदी**। तेज़ी से बदलते आधुनिक जीवन में जनसंचार माध्यमों का बहुत महत्त्व है। उनके द्वारा हमें सूचना और शिक्षा तो मिलती ही है, वे मनोरंजन के भी बहुत बड़े साधन हैं। जनसंचार माध्यमों में अखबार, रेडियो और टेलीविजन का महत्त्व आज सर्वविदित है। पुस्तक के इस भाग में अखबार, रेडियो और टेलीविजन की भाषा की विशिष्टता को रेखांकित किया गया है और उसकी लेखन विधि से अवगत कराने का प्रयास किया गया है। पुस्तक को अद्यतन बनाने के लिए संचार माध्यमों के नवीनतम रूपों का भी संक्षेप में परिचय दिया गया है। पाठकों की सुविधा की दृष्टि से परिशिष्ट के रूप में अखबार, रेडियो और टेलीविजन में प्रयुक्त होने वाली पारिभाषिक शब्दावली भी दी गई है। इस प्रकार आज समय की माँग के अनुरूप विद्यार्थी साहित्य के साथ-साथ विभिन्न सामाजिक व्यवहार-क्षेत्रों में कामकाजी हिंदी के प्रयोग की योग्यता अर्जित कर सकें, इसी लक्ष्य को ध्यान में रखकर इस पुस्तक का निर्माण किया गया है। आशा है यह पुस्तक उनके लिए उपयोगी सिद्ध होगी।

पाठ्यपुस्तक निर्माण समिति
पांडुलिपि समीक्षा संशोधन कार्यगोष्ठी के सदस्य

1. श्री निरंजन कुमार सिंह
   अवकाश प्राप्त रीडर
   सामाजिक विज्ञान एवं मानविकी
   शिक्षा विभाग, एन.सी.ई.आर.टी.
   नई दिल्ली
2. डॉ. कृष्ण कुमार गोस्वामी
   प्रोफ़ेसर, केंद्रीय हिंदी संस्थान, नई दिल्ली
3. प्रो. रामशरण जोशी
   अधिशासी निदेशक
   माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता
   विश्वविद्यालय, नोएडा, उ. प्र.
4. डॉ. विजयबहादुर सिंह
   अध्यक्ष, हिंदी विभाग
   उच्च शिक्षा उत्कृष्टता संस्थान, भोपाल
5. प्रो. अनिरुद्ध राय
   अवकाश प्राप्त प्रोफ़ेसर
   सामाजिक विज्ञान एवं मानविकी
   शिक्षा विभाग, एन.सी.ई.आर.टी.
   नई दिल्ली
6. डॉ. सुरेश शर्मा
   सहायक संपादक
   नवभारत टाइम्स, नई दिल्ली
7. डॉ. सत्यकाम
   रीडर, हिंदी विभाग
   इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त
   विश्वविद्यालय, नई दिल्ली
8. डॉ. दिनेश कुमार गुप्ता
   रीडर, हिंदी विभाग
   पत्राचार पाठ्यक्रम संस्थान
   दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली
9. डॉ. रामकरण डबास
   वरिष्ठ हिंदी प्राध्यापक
   राज्य शैक्षिक अनुसंधान और प्रशिक्षण
   परिषद्
   नई दिल्ली
10. डॉ. कमल सत्यार्थी
    अवकाश प्राप्त वरिष्ठ हिंदी अध्यापक
    सरदार पटेल विद्यालय
    नई दिल्ली
11. श्रीमती मंजुरानी सिंह
    वरिष्ठ हिंदी अध्यापिका
    केंद्रीय विद्यालय
    जे.एन.यू.
    नई दिल्ली
12. डॉ.राधिका शर्मा
    वरिष्ठ हिंदी अध्यापिका
    केंद्रीय विद्यालय न. 1
    दिल्ली कैंट
    नई दिल्ली
13. श्रीमती हरजीत कौर गिल
    वरिष्ठ हिंदी अध्यापिका
    सर्वोदय कन्या विद्यालय
    मालवीय नगर, नई दिल्ली

एन.सी.ई.आर.टी. संकाय

सामाजिक विज्ञान एवं मानविकी शिक्षा विभाग

14. श्री लालचंद राम
    प्राध्यापक
15. डॉ. चन्द्रा सदायत **(संपादक)**
    रीडर

परिशिष्ट

जनसंचार माध्यम की शब्दावली : 105-108

- प्रेस शब्द-सूची : 105
- रेडियो और टेलीविजन शब्द-सूची : 108

गांधी जी का जंतर

तुम्हें एक जंतर देता हूँ। जब भी तुम्हें संदेह हो या तुम्हारा अहम् तुम पर हावी होने लगे, तो यह कसौटी आज़माओ :

जो सबसे गरीब और कमज़ोर आदमी तुमने देखा हो, उसकी शक्ल याद करो और अपने दिल से पूछो कि जो कदम उठाने का तुम विचार रहे हो, वह उस आदमी के लिए कितना उपयोगी होगा। क्या उससे उसे कुछ लाभ पहुँचेगा? क्या उससे वह अपने ही जीवन और भाग्य पर कुछ काबू रख सकेगा? यानी क्या उससे उन करोड़ों लोगों को स्वराज्य मिल सकेगा, जिनके पेट भूखे हैं और आत्मा अतृप्त है?

तब तुम देखोगे कि तुम्हारा संदेह मिट रहा है और अहम् समाप्त होता जा रहा है।

भाग एक

राजभाषा हिंदी

1

व्यावहारिक हिंदी का स्वरूप और क्षेत्र

भाषा अमूर्त नहीं अपितु सामाजिक व्यवहार की वस्तु है। इसका प्रमुख कार्य समाज में किसी संदेश अथवा मंतव्य को एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक पहुँचाना है। वस्तुतः प्रत्येक मनुष्य एक दूसरे से बातचीत करना चाहता है, अपना दुख-सुख बाँटना चाहता है, इसलिए वह उन शब्दों और अभिव्यक्तियों का उपयोग करता है जिनसे वह अपना प्रयोजन सिद्ध कर सके। भाषा का विकास मानव के सामाजिक जीवन के विभिन्न प्रयोजनों को पूरा करने के लिए हुआ है। मानव का मस्तिष्क इतना सृजनशील होता है कि विभिन्न स्थितियों, संदर्भों और उद्देश्यों के अनुरूप वह भिन्न-भिन्न भाषा-रूपों का प्रयोग करता है। अपने माता-पिता, भाई-बहन, मित्र, दुकानदार, अधिकारी, नौकर आदि से बात करते हुए उसकी भाषा के अनेक रूप दिखाई देते हैं। इन भाषा-रूपों से हमारे व्यावहारिक जीवन की विविध भूमिकाओं को अभिव्यक्ति मिलती है। भाषा के ये व्यावहारिक रूप हमारे सामाजिक, सांस्कृतिक और प्रयोजनपरक संदर्भों से नियंत्रित होते हैं।

भारत जैसे बहुभाषी देश की संप्रेषण-व्यवस्था में हिंदी की महत्त्वपूर्ण भूमिका है। यह भाषा जनपदीय स्तर से ऊपर उठकर राष्ट्रीय स्तर तक प्रयुक्त होती है और समूचे देश को एक सूत्र में बाँधने का सफल प्रयास करती है। शिक्षा और ज्ञान-विज्ञान के प्रचार-प्रसार के साथ-साथ कई ऐसे नए व्यवहार-क्षेत्र भी विकसित हो रहे हैं जिनमें हिंदी का प्रयोग उत्तरोत्तर बढ़ रहा है।

स्वतंत्रता से पूर्व हिंदी का प्रयोग मुख्यतः साहित्य तक सीमित था। परंतु स्वतंत्रता-प्राप्ति के बाद हिंदी भारत संघ की राजभाषा के पद पर आसीन हुई।

इसने अपनी साहित्यिक परंपरा की सीमा को लाँघकर व्यावहारिक रूप भी धारण कर लिया। आज यह साहित्य के साथ प्रशासन, व्यापार-वाणिज्य, बैंक, विज्ञान आदि तकनीकी क्षेत्रों में पदार्पण कर विषय-विशेष या क्षेत्र-विशेष के आर्थिक विकास में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। हिंदी का यह व्यावहारिक रूप ही इसकी शक्ति बन गया है। इससे हिंदी का व्यवहार दैनिक जीवन में विभिन्न प्रयोजनों को साधने के लिए होता है और इन्हीं संदर्भों में इसके प्रयोक्ता इससे विविध प्रकार के काम लेते हैं। इसमें भाषा-संरचना की अपेक्षा इसकी व्यावहारिक उपयोगिता पर अधिक बल दिया जाता है। इस प्रकार जीवन की विभिन्न आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए व्यवहार में लाई जाने वाली हिंदी ही व्यावहारिक हिंदी है।

किसी भी भाषा के विकसित रूप और प्रयोग सामर्थ्य का मूल्यांकन इस आधार पर होता है कि उसके साहित्य में कितनी विविधता है, उसमें सभी विषयों से संबंधित विचारों को अभिव्यक्त करने की कितनी क्षमता है, उस भाषा का प्रयोग किन-किन क्षेत्रों में और कितनी मात्रा में हो रहा है। इसमें यह भी देखा जाता है कि क्या वह वर्तमान युग की आवश्यकताओं को पूरा करने में समर्थ है और भविष्य में इसकी प्रगति के लिए क्या-क्या संभावनाएँ हैं। वास्तव में बदलती हुई सामाजिक भूमिकाओं के संदर्भ में व्यक्ति का भाषा-व्यवहार भी प्रत्येक स्थिति, संदर्भ और भूमिका के अनुसार बदलता रहता है। उदाहरण के लिए, यदि कोई अधिकारी कार्यालय में काम करते हुए अपने उच्च अधिकारी, अपने अधीनस्थ कर्मचारी और सामान्य जनता से बातचीत करता है और अपने कार्यालयी दायित्वों का निर्वाह करता है तो उसका भाषा-रूप उसी के अनुरूप बदलता जाएगा। दूसरी ओर, यदि वह घर में अपने परिवार के विभिन्न सदस्यों से बातचीत करता है तो वह अधिकारी विभिन्न भूमिकाएँ निभाता हुआ अलग-अलग भाषा-रूपों का प्रयोग करता है। इन दोनों रूपों में उसके औपचारिक-अनौपचारिक, सामान्य और अंतरंग भाषा-रूपों की अभिव्यक्ति मिलती है। इस दृष्टि से भाषा की व्यवस्था में एकरूपता होते हुए उसके अनेक रूप दिखाई देते हैं।

अखिल भारतीय संदर्भ में हिंदी का व्यवहार-क्षेत्र सामाजिक, सांस्कृतिक, साहित्यिक, शैक्षिक, वैज्ञानिक, वाणिज्यिक, प्रशासनिक आदि विभिन्न कार्यक्षेत्रों तक फैला हुआ है। इनमें सामाजिक, सांस्कृतिक, शैक्षिक और साहित्यिक क्षेत्रों की भाषा जन-व्यवहार की भाषा के निकट दिखाई देती है और वैज्ञानिक, वाणिज्यिक, प्रशासनिक आदि भाषा-रूप तकनीकी हिंदी के अधिक समीप। इसलिए हिंदी को मुख्यतः दो रूपों में देखा जा सकता है— एक, जनव्यवहार के क्षेत्रों की हिंदी और दो, प्रयोजनमूलक कार्यक्षेत्रों की हिंदी।

❑ **जन-व्यवहार के क्षेत्रों की हिंदी**— जन-व्यवहार में सामाजिक और सांस्कृतिक संदर्भों के अतिरिक्त अन्य व्यवहार-क्षेत्र भी सम्मिलित हैं। प्रत्येक व्यक्ति को अपने सामान्य जीवन में कई ऐसे विषयों और परिवेशों से जूझना पड़ता है जिनका समाधान उसे अपनी भाषा के माध्यम से करना पड़ता है। रेलगाड़ी में टिकट का आरक्षण, बैंक प्रबंधक अथवा कर्मचारी से अपने खाते या अन्य कार्य के लिए संपर्क करना, दूरभाष, जल, विद्युत आदि प्रतिष्ठानों से अपनी समस्या अथवा शिकायत के समाधान के लिए पत्र-व्यवहार करना आदि मामलों के बारे में व्यक्ति से व्यावहारिक ज्ञान की अपेक्षा की जाती है। इस व्यावहारिक ज्ञान से व्यक्ति उपयुक्त व्यक्ति, अवसर, स्थान, समय आदि का चयन करता है और उसी के अनुरूप अपनी भाषा हिंदी का प्रयोग करता है। सभा-समारोह का संचालन करते हुए, भाषण देते हुए, सूचना की उद्घोषणा करते हुए हिंदी के अलग-अलग रूप दिखाई देते हैं। यह भाषा-रूप कभी अनौपचारिक होता है और कभी औपचारिक, कभी सामान्य होता है और कभी अंतरंग। यह भाषा-रूप विषय की प्रकृति पर निर्भर रहता है।

❑ **प्रयोजनमूलक कार्यक्षेत्रों की हिंदी**— यह भाषा-रूप जनसंचार, प्रशासन, विज्ञान, इंजीनियरी, कंप्यूटर, विधि आदि विशिष्ट कार्यक्षेत्रों का विशिष्ट रूप होता है। इस भाषा-रूप की अपनी अलग शब्दावली और संरचना होती है जो इसे विशिष्ट रूप प्रदान करती है। यह हिंदी विषय के विशेषज्ञों के बीच विशिष्ट प्रयोजनों और विशिष्ट लक्ष्य की प्राप्ति के लिए प्रयुक्त होती है और उसी में विषय का प्रतिपादन तथा निर्धारण होता है। यदि डॉक्टर, इंजीनियर, विधिवेत्ता,

वैज्ञानिक, संवाददाता, प्रशासक आदि किसी विषय अथवा मामले पर परस्पर विचार-विमर्श करते हैं तो उनकी भाषा हिंदी उसी विषय के अनुरूप अभिव्यक्त होगी, संभवतः यह भाषा जन सामान्य के लिए बोधगम्य न हो किंतु विशेषज्ञों के बीच बोधगम्य अवश्य होगी। क्योंकि यह भाषा सामान्य बोलचाल की भाषा से भिन्न होती है, इस भाषा के प्रयोक्ताओं को विशेष शिक्षा तथा विशेष अभ्यास की आवश्यकता होती है। यह भाषा एकार्थी और अलंकारहीन होती है। इसमें लक्षणा और व्यंजना को स्थान नहीं दिया जाता है। यह एक प्रकार की व्यावसायिक शैली है जो अलग-अलग विषयों में एक सुनिश्चित परिपाटी के रूप में प्रयुक्त होती है। इस भाषा-रूप की प्रकृति तकनीकी और लिखित होती है। इसकी शैली अधिकतर औपचारिक होती है। ये भाषा-रूप प्रयुक्ति कहलाते हैं। वस्तुतः विभिन्न संदर्भगत और भूमिकागत प्रयोगों में भाषा-व्यवहार में पाए जाने वाले भेद ही प्रयुक्ति है। प्रयोजनमूलक कार्यक्षेत्रों की हिंदी भी प्रयुक्ति है।

इस प्रकार व्यावहारिक हिंदी अपने-आप में एक बृहत्त संकल्पना है जिसके अंतर्गत सामान्य प्रयोजनों और विशिष्ट प्रयोजनों के अलग-अलग हिंदी-रूप समाहित हैं। इससे हिंदी की व्यापकता और प्रयोजनशीलता स्पष्ट होती है।

प्रश्न-अभ्यास

1. व्यावहारिक हिंदी का अर्थ स्पष्ट करते हुए उसके क्षेत्र का उल्लेख कीजिए।
2. हिंदी भाषा के विभिन्न रूपों का विवेचन कीजिए।
3. साहित्यिक हिंदी और व्यावहारिक हिंदी में अंतर स्पष्ट कीजिए।
4. प्रयोजनमूलक कार्यक्षेत्रों की हिंदी की प्रमुख विशेषताएँ बताइए।
5. सिद्ध कीजिए कि आज हिंदी का व्यावहारिक रूप ही इसकी शक्ति बन गया है।

2

संपर्क भाषा, राष्ट्रभाषा और राजभाषा

भारत एक बहुभाषी देश है। बहुभाषी देश की संप्रेषण व्यवस्था में एक ऐसी भाषा की अपेक्षा की जाती है जो संपर्क भाषा की भूमिका निभा सके। संपर्क भाषा सांस्कृतिक और भाषिक स्तर पर देश को जोड़ने का काम करती है। अंतर-क्षेत्रीय स्तर पर विचार-विनिमय और संपर्क स्थापन की दृष्टि से यह भाषा देश की प्रयोजन सिद्ध भाषा होती है। इस भाषा को मातृभाषा के रूप में बोलने वालों की संख्या तो अधिक होती ही है, किंतु अपनी क्षेत्रीयता से ऊपर उठकर और राष्ट्रीयता से प्रेरित होकर अन्य भाषा-भाषी भी इस भाषा को अपना लेते हैं। हिंदी के संदर्भ में यह बात पूर्णतः चरितार्थ होती है। हिंदी को मातृभाषा के रूप में बोलने वालों की संख्या भी अधिक है और द्वितीय भाषा के रूप में बोलने वालों की संख्या भी कम नहीं है। अतः प्रसार, व्यावहारिकता और प्रयोजन-सिद्धि की दृष्टि से हिंदी की स्थिति अन्य भारतीय भाषाओं से अलग है।

संपर्क भाषा हिंदी की पृष्ठभूमि

प्राचीन काल में संस्कृत भाषा ने लगभग तीन हज़ार वर्ष तक संपर्क भाषा का दायित्व निभाया था। वास्तव में संस्कृत भारतीय उपमहाद्वीप को जोड़ने वाली भाषा थी। यद्यपि उस समय यह देश राजनीतिक दृष्टि से अलग-अलग प्रदेशों में बँटा हुआ था, किंतु समूचे देश में एक सांस्कृतिक अंतर्धारा बह रही थी और धीरे-धीरे वह अंतर्धारा आधुनिक लोक भाषाओं के माध्यम से प्रवाहित होने लगी। साहित्य के संदर्भ में आधुनिक युग तक भारतीय भाषाओं के साहित्य का स्वर

एक जैसा मुखर था। उनमें कोई अलगाव नहीं था। आधुनिक युग में हिंदी भाषा ने इसी अविच्छिन्न धारा को अपने भीतर समाहित कर लिया और वह अपने उद्‌भव काल (11-12 वीं शताब्दी) से ही किसी क्षेत्र-विशेष की बोली या भाषा न होकर क्षेत्रीयता से बहुत कुछ परे सार्वदेशिक स्तर पर सहज रूप में संपर्क भाषा का दायित्व निभाने लगी और यह कार्य हिंदी भाषा आज भी अधिक सशक्त और जीवंत रूप में कर रही है।

हिंदी का यह प्रयोजनपरक प्रकार्य उस पर थोपा नहीं गया वरन् उसकी सहजता, सार्वदेशिक प्रकृति तथा अखिल भारतीय भाषा बनने की क्षमता को देश ने पहचाना और उसको संपर्क भाषा के रूप में स्वीकार किया, इसलिए आज भारत के किसी एक कोने से दूसरे कोने में जाने वाले व्यक्ति हिंदी भाषा का प्रयोग स्वभावतः करने लगते हैं। हिंदी भाषा के माध्यम से फिल्मों ने भी अखिल भारतीयता का दर्जा प्राप्त कर लिया है। विविध कार्यक्षेत्रों के विचारक और राजनेता भी देश की जनता को संबोधित करने के लिए हिंदी भाषा का प्रयोग करना उचित समझते हैं।

संपर्क भाषा को मुख्य रूप से दो भूमिकाएँ अवश्य अपनानी पड़ती हैं– एक, राष्ट्रभाषा की और दो, राजभाषा की। संपर्क भाषा के इन दोनों रूपों से कुछ अपेक्षाएँ भी रखी जाती हैं। राष्ट्रभाषा की सार्वदेशिक क्षमता का विवेचन करते हुए राष्ट्रपिता महात्मा गांधी ने सन 1918 में कहा था कि किसी देश की राष्ट्रभाषा की भूमिका वह भाषा निभा सकती है –

1. जो सांस्कृतिक, राजनीतिक और आर्थिक क्षेत्रों में माध्यम भाषा बनने की क्षमता रखती हो,
2. जो बहुत बड़ी संख्या में लोगों द्‌वारा प्रयुक्त की जाती हो,
3. जिसे सीखने में आसानी हो,
4. जो सरकारी कर्मचारियों के लिए सहज और सुगम हो,
5. जिसे चुनते समय अस्थायी अथवा क्षणिक हितों पर ध्यान न दिया जाए।

महात्मा गांधी के मत के अनुसार बहुभाषी भारत में हिंदी ही एक ऐसी भाषा है जिसमें ये सभी गुण पाए जाते हैं। यही कारण है कि यह भाषा सांस्कृतिक पुनर्जागरण और राष्ट्रीय आंदोलन की माध्यम बनी।

राष्ट्रभाषा के रूप में हिंदी

संपर्क भाषा जन सामान्य की आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए बाज़ारों और यातायात के साधनों तक सीमित नहीं होती वरन् वह सांस्कृतिक और भाषिक स्तर पर देश की जनता को एकता के सूत्र में बांधने की भाषा होती है। यहाँ संपर्क भाषा शब्द का तात्पर्य राष्ट्रभाषा हिंदी की सांस्कृतिक-भाषिक धरातल पर एकता स्थापित करने के प्रकार्य से है।

स्वतंत्रता-संग्राम के दौरान हमारे राजनेताओं और मनीषियों ने हिंदी को राष्ट्रभाषा की पदवी दी क्योंकि यह अनुभव किया गया कि हिंदी ने नवजागरण और राष्ट्रीय आंदोलन के संदेश को जनसामान्य तक पहुँचाने में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई। वस्तुतः राष्ट्रभाषा में देश की समूची संस्कृति और साहित्य-संपदा का समाहार होता है। इससे ज्ञान-विज्ञान का साहित्य तो प्रतिबिंबित होता ही है, साथ में अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर ज्ञान-विज्ञान के विकास में आधुनिकतम चिंतन भी होता है। राष्ट्रभाषा का संबंध राष्ट्रीय चेतना से जुड़ा हुआ है। राष्ट्रीय चेतना के मूल में सांस्कृतिक चेतना होती है। इसका संबंध भूत और वर्तमान के साथ होता है और यह भाषा महान परंपरा के साथ जुड़ी होती है। राष्ट्र के लिए सामाजिक-सांस्कृतिक अस्मिता की भाषा की अभिव्यक्ति के रूप में यह भाषा कार्य करती है। इस दृष्टि से हिंदी के अतिरिक्त भारत की सभी भाषाएँ भी सामाजिक, सांस्कृतिक और भावात्मक एकीकरण के लिए राष्ट्रभाषा के रूप में कार्य कर रही हैं।

राजभाषा के रूप में हिंदी

सन 1947 में स्वतंत्रता-प्राप्ति के बाद भारत ने यह महसूस किया कि इस देश में शासन के कार्य के लिए जो भाषा उपयोगी भूमिका निभा पाएगी, वह हिंदी होगी। संविधान-निर्माताओं ने संविधान के अनुच्छेद 343 में देवनागरी लिपि में लिखी हिंदी भाषा को देश की राजभाषा के पद पर सुशोभित किया ताकि वह समूचे देश के शासनतंत्र के समस्त कार्यों की सशक्त भाषा के रूप में कार्य कर सके। संपर्क भाषा के इस दूसरे रूप राजभाषा का कार्य केवल कार्यालय की

आंतरिक प्रशासन व्यवस्था और शासन तंत्र के पत्राचार तक सीमित नहीं है। व्यापक संदर्भ में देश के शासन की दृष्टि से राजभाषा देश के विभिन्न राज्यों– तमिलनाडु, बंगाल, महाराष्ट्र, कश्मीर, दिल्ली आदि को एक दूसरे से जोड़ने का सशक्त साधन है। सरकार के तीनों अंगों में विधायिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका में राज्य चाहे अपनी-अपनी भाषा में कानून बनाए और उनका अनुपालन करे किंतु समूचे देश के संदर्भ में एक ही भाषा कार्य करेगी।

संविधान के अनुच्छेद 351 में हिंदी को सामासिक संस्कृति की अभिव्यक्ति का माध्यम माना गया है ताकि हिंदी के माध्यम से भारतीय जनता विभिन्न सांस्कृतिक परंपराओं का ज्ञान प्राप्त करे। विभिन्न भारतीय भाषाओं की संस्कृति को अभिव्यक्त करने की शक्ति प्राप्त करने के लिए हिंदी भाषा भारतीय भाषाओं से शब्द ग्रहण करेगी ताकि वह समस्त भारतीय संस्कृति की अभिव्यक्ति का माध्यम बन सके। इसका अभिप्राय यह है कि हिंदी भारतीय संस्कृति के विभिन्न तत्त्वों का एक कोषागार बनेगी जिससे भारतीय जन एक दूसरे को इस भाषा के माध्यम से समझ सकेंगे क्योंकि उन भारतीय भाषाओं के विशिष्ट सांस्कृतिक शब्द हिंदी में समाविष्ट होंगे। यह हिंदी की राष्ट्रभाषा की भूमिका का द्योतक है।

राजभाषा का मूल उत्स और ऊर्जा स्रोत राष्ट्रभाषा है। राष्ट्रभाषा ही राजभाषा की भूमिका निभा सकती है। इसलिए राष्ट्रभाषा सुदृढ़ होगी तो राजभाषा भी सुदृढ़ होगी। दोनों एक दूसरे की पूरक होंगी और भाषा की पूर्णता उनमें दिखाई देगी। राजभाषा राष्ट्र के प्रशासनिक उद्देश्यों, आर्थिक प्रगति और राजनैतिक एकता की पूर्ति के लिए होती है। यह सरकारी कामकाज में प्रयुक्त होकर जनता और शासन के बीच संपर्क पैदा करती है। इस प्रकार हिंदी अन्य भारतीय भाषाओं की भाँति राष्ट्रभाषा की भूमिका का निर्वाह करते हुए भारत संघ की राजभाषा के रूप में प्रतिष्ठित है।

प्रश्न-अभ्यास

1. संपर्क भाषा से आप क्या समझते हैं?
2. राष्ट्रभाषा और राजभाषा में अंतर स्पष्ट कीजिए।
3. महात्मा गांधी ने राष्ट्रभाषा के किन गुणों को हिंदी भाषा में पाया?
4. हिंदी को राजभाषा बनाने के पीछे क्या उद्देश्य था?

3

हिंदी की संवैधानिक स्थिति

स्वतंत्रता-प्राप्ति से पूर्व ही हमारे देश के महान विचारकों, समाज सुधारकों और राजनेताओं ने हिंदी को राष्ट्रभाषा की संज्ञा दी थी। राजनेताओं और मनीषियों ने यह महसूस किया था कि हिंदी समूचे देश में संपर्क भाषा की सक्रिय भूमिका निभा रही है। हिंदी को बोलने और समझने वालों की संख्या सबसे अधिक है। सन 1947 में जब भारत स्वतंत्र हुआ तो इन राष्ट्रीय कर्णधारों ने इसे संविधान में राजभाषा का दर्जा देकर गौरवान्वित किया।

संविधान सभा का गठन सन 1946 में हुआ था। उस समय यह निर्णय लिया गया था कि सभा के कामकाज की भाषा हिंदुस्तानी अथवा अंग्रेज़ी होगी, किंतु कोई भी सदस्य अध्यक्ष की अनुमति से अपनी भाषा में भाषण दे सकेगा। इस समय मुख्य रूप से दो वर्ग बन गए थे – (1) हिंदी समर्थक और (2) हिंदुस्तानी समर्थक। तीसरा वर्ग अंग्रेज़ी समर्थक भी था किंतु बाद में उसने अपना विचार बदल लिया। 14 जुलाई 1947 को **हिंदुस्तानी** के स्थान पर **हिंदी** शब्द रखा गया।

राजभाषा हिंदी की ऐतिहासिक पृष्ठभूमि

फ़रवरी 1948 में संविधान का जो प्रारूप प्रस्तुत किया गया, उसमें राजभाषा विधेयक का कोई प्रावधान नहीं था। इतना ही उल्लेख था कि संसद की भाषा अंग्रेज़ी अथवा हिंदी होगी। इसी दौरान पं. जवाहरलाल नेहरू ने एक 'अखिल भारतीय भाषा' की आवश्यकता पर बल दिया और यह भी स्पष्ट किया कि

स्वतंत्र देश को अपनी ही भाषा में राजकाज चलाना चाहिए। यह भाषा अंततः जनता के बीच से ही विकसित होगी। इस कारण यह निश्चित हुआ कि संविधान हिंदी में भी तैयार होना चाहिए। संविधान के निर्माण की प्रक्रिया में भाषा के संबंध में अगस्त-सितंबर 1949 में जितनी विस्तार से चर्चा हुई, उतनी चर्चा विश्व के किसी भी देश के संविधान के निर्माण में नहीं हुई। बहस का मुख्य बिंदु था – हिंदी का स्वरूप क्या हो? इसके लिए एक प्रारूप समिति का गठन किया गया। इस समिति के सदस्य कृष्णास्वामी आयंगर, टी.टी. कृष्णमचारी, क.म. मुंशी, बाबा भीमराव अंबेडकर, गोविंद बल्लभ पंत, सआदुल्ला, मौलाना आज़ाद, पुरुषोत्तमदास टंडन, श्यामाप्रसाद मुखर्जी, बालकृष्ण शर्मा 'नवीन', के.संतानम आदि थे। समिति की कई बैठकों में काफ़ी चर्चा हुई। इस समिति के संयोजक बाबा भीमराव अंबेडकर ने प्रारूप समिति की रिपोर्ट 22 अगस्त 1949 को प्रस्तुत की। इसमें पाँच मुख्य प्रस्ताव थे जिसे मुंशी-आयंगर फार्मूले के नाम से जाना जाता है –

(1) पंद्रह वर्ष की अवधि तक अंग्रेज़ी के चलते रहने की व्यवस्था की जाए,
(2) अंतर्राष्ट्रीय अंकों को मान्यता दी जाए,
(3) उच्च न्यायालयों में अंग्रेज़ी को जारी रखा जाए,
(4) प्रादेशिक भाषाओं की सूची बनाई जाए,
(5) भाषा आयोग का गठन किया जाए।

इस रिपोर्ट पर संविधान में कई बार चर्चा हुई और कई बार संशोधन हुए। अंत में काफ़ी वाद-विवाद के बाद 14 सितंबर 1949 को हिंदी को राजभाषा के रूप में स्वीकार किया गया। भाषा संबंधी यह विधेयक संविधान के भाग 17 में अनुच्छेद 343 से 351 तक है। संविधान के परिशिष्ट में भारतीय भाषाओं की अष्टम अनुसूची भी है।

भारत की प्रमुख भाषाएँ

संविधान की अष्टम अनुसूची में भारत की 18 प्रमुख भाषाएँ हैं। प्रारंभ में इस अनुसूची में 14 भाषाएँ रखी गई थीं। 1967 में सिंधी भाषा को इस अनुसूची में जोड़ दिया गया। अगस्त 1992 में कोंकणी, नेपाली और मणिपुरी को भी

अष्टम अनुसूची में सम्मिलित किया गया। इस प्रकार अष्टम अनुसूची में भाषाओं की संख्या अठारह हो गई। इनमें चार पूर्व तटीय भाषाएँ बंगला, उड़िया, तेलुगु और तमिल हैं। पाँच पश्चिम तटीय भाषाएँ गुजराती, मराठी, कोंकणी, कन्नड़ और मलयालम हैं। हिंदी और पंजाबी मध्यदेशीय तथा मैदानी भाषाएँ हैं। कश्मीरी, नेपाली, मणिपुरी और असमिया पर्वतीय भाषाएँ हैं। संस्कृत, सिंधी और उर्दू भाषाएँ किसी प्रदेश से संबद्ध न होकर अखिल भारतीय स्तर की भाषाएँ मानी गई हैं। इस प्रकार इन भाषाओं की सूची यह है- असमिया, उड़िया, उर्दू, कन्नड़, कश्मीरी, कोंकणी, गुजराती, तमिल, तेलुगु, नेपाली, पंजाबी, बँगला, मराठी, मणिपुरी, मलयालम, संस्कृत, सिंधी और हिंदी । यद्यपि संविधान में इन भाषाओं को राष्ट्रभाषा की संज्ञा नहीं दी गई किंतु इनमें राष्ट्रभाषा होने का भाव निहित है।

संविधान में राजभाषा हिंदी का स्वरूप और दायित्व

संविधान में हिंदी को राजभाषा का दर्जा देते हुए उसके स्वरूप, क्षेत्र और दायित्वों का विवेचन विस्तार से किया गया है। संविधान में अनुच्छेद 120 और 210 के अतिरिक्त अनुच्छेद 343 से 351 तक ग्यारह अनुच्छेदों में (2+9=11) संघ और राज्यों के सरकारी प्रयोजन के लिए, संसद और विधानमंडलों में, न्यायालयों में प्रयुक्त भाषा, संघ और राज्यों के बीच प्रयुक्त होने वाली भाषा और राज्यों के आपस में संप्रेषण माध्यम के रूप में प्रयुक्त होने वाली भाषा के संबंध में अलग-अलग व्यवस्था की गई है। इसके अतिरिक्त राजभाषा नियमों में प्रशासन और जनता के बीच पत्र-व्यवहार के लिए प्रयुक्त भाषा के संबंध में विशेष उल्लेख भी किया गया। इनमें महत्त्वपूर्ण अनुच्छेद 343 और 351 है जिनसे राजभाषा हिंदी के बारे में काफ़ी जानकारी मिल सकती है।

संविधान के अनुच्छेद 343 के खंड (1) में देवनागरी लिपि में लिखित हिंदी को राजभाषा का दर्जा दिया गया। इस अनुच्छेद के खंड (2) में संविधान के लागू होने के 15 वर्ष की अवधि तक सरकारी प्रयोजनों के लिए अंग्रेज़ी के प्रयोग की छूट भी दी गई। यह भी उल्लेखनीय है कि सरकारी प्रयोजनों के लिए अंतर्राष्ट्रीय

अंकों का प्रयोग किया जाए। इस संदर्भ में यह भी व्यवस्था की गई कि 15 वर्ष की निर्धारित अवधि के बाद संघ के सरकारी प्रयोजनों के लिए हिंदी के प्रयोग के संबंध में स्थिति का जायज़ा लेने के लिए राष्ट्रपति के आदेश से एक आयोग का गठन किया जाएगा।

संविधान के भाषायी उपबंधों में अनुच्छेद 351 सबसे महत्त्वपूर्ण उपबंध है। इसमें कहा गया है –

"संघ का यह कर्तव्य होगा कि वह हिंदी भाषा का प्रसार बढ़ाए, उसका विकास करे जिससे वह भारत की सामासिक संस्कृति के सभी तत्वों की अभिव्यक्ति का माध्यम बन सके और उसकी प्रकृति में हस्तक्षेप किए बिना हिंदुस्तानी में और आठवीं अनुसूची में विनिर्दिष्ट भारत की अन्य भाषाओं में प्रयुक्त रूप, शैली और पदों को आत्मसात करते हुए और जहाँ तक आवश्यक या वाँछनीय हो वहाँ उसके शब्द भंडार के लिए मुख्यतः संस्कृत से और गौणतः अन्य भाषाओं से शब्द ग्रहण करते हुए उसकी समृद्धि सुनिश्चित करे।"

संघ की राजभाषा का स्वरूप कैसा हो? इस अनुच्छेद में यह स्पष्ट करते हुए कहा गया है –

(1) राजभाषा हिंदी के विकास औरं प्रसार की ज़िम्मेदारी संघ सरकार को सौंपी गई है।
(2) इसका स्वरूप उदार और समन्वयवादी हो ताकि अन्य भारतीय भाषाओं के बोलने वाले उसे अपनी भाषा के निकट समझें।
(3) यह भारत की सामासिक संस्कृति की अभिव्यक्ति का माध्यम बने।
(4) यह अपनी प्रकृति को न खोए लेकिन संविधान की अष्टम अनुसूची में उल्लिखित भाषाओं के रूप, शैली और पदों को आत्मसात करे। इसका अर्थ यह है कि राजभाषा हिंदी के विकास और समृद्धि में अन्य भारतीय भाषाएँ अपना योगदान करें।
(5) आवश्यकतानुसार वह अपने विकास के लिए मुख्य रूप से संस्कृत और गौण रूप से अन्य भाषाओं के शब्द ग्रहण करे।

इससे हिंदी का स्वरूप कृत्रिम न होगा और वह सार्वदेशिक रूप ग्रहण करेगा क्योंकि भाषा समाज की सांस्कृतिक धारणाओं और आकांक्षाओं की प्रतीक होती है। भाषाओं के पारस्परिक आदान-प्रदान से सभी क्षेत्रों में हिंदी का व्यापक प्रयोग समूचे देश में होगा।

राजभाषा हिंदी के प्रगामी प्रयोजन

संविधान के अनुच्छेद 343 खंड (3) के अधीन राजभाषा अधिनियम 1963 पारित किया गया। इस अधिनियम के अंतर्गत हिंदी के अलावा अंग्रेज़ी का प्रयोग जारी रखा गया। इस अधिनियम का संशोधन 16 दिसंबर 1967 को पारित हुआ। इसे राजभाषा (संशोधन) अधिनियम 1967 कहा जाता है। इस अधिनियम में सरकारी कार्यालयों से जारी होने वाले सभी दस्तावेज़ों में हिंदी और अंग्रेज़ी को अनिवार्य रूप से प्रयोग करने की व्यवस्था की गई जिससे राष्ट्रीय स्तर पर द्विभाषिकता की स्थिति पैदा हो गई। परिणामस्वरूप, सामान्य आदेश, नियम, अधिनियम, सूचना, प्रशासनिक अथवा अन्य रिपोर्ट , प्रेस विज्ञप्तियाँ, संविदाएँ, करार, लाइसेंस, परमिट, टैंडर नोटिस, संसद के किसी सदन में प्रस्तुत किए जाने वाले सरकारी पत्र आदि को अनिवार्य रूप से हिंदी-अंग्रेज़ी दोनों में जारी करने की व्यवस्था की गई।

सरकारी कामकाज के लिए भारत के विभिन्न भाषायी क्षेत्रों को तीन वर्गों में बाँटा गया है —

क. वर्ग - बिहार, हरियाणा, हिमाचल प्रदेश, मध्य प्रदेश, राजस्थान, झारखंड, उत्तरांचल, उत्तर प्रदेश, छत्तीसगढ़, दिल्ली तथा अंडमान-निकोबार संघ राज्य क्षेत्र

ख. वर्ग - गुजरात, महाराष्ट्र, पंजाब, और चंडीगढ़ संघ शासित क्षेत्र

ग. वर्ग - शेष सभी राज्य

'क' वर्ग के राज्य परस्पर पत्र-व्यवहार और केंद्र के साथ पत्र-व्यवहार हिंदी में करेंगे। 'ख' क्षेत्र के राज्य हिंदी और अंग्रेज़ी दोनों भाषाओं में पत्र-व्यवहार कर सकते हैं और 'ग' क्षेत्र के राज्य अंतर्राज्यीय और केंद्र के साथ अंग्रेज़ी में पत्र-व्यवहार कर सकते हैं।

राजभाषा अधिनियम 1963 और राजभाषा संशोधन अधिनियम 1967 के बाद सरकारी प्रयोजनों के लिए हिंदी के प्रगामी प्रयोग के लिए गृह मंत्रालय ने 6 जुलाई 1968 को विस्तृत अनुदेश जारी किए। उसी वर्ष संसद ने इन अनुदेशों को संकल्प के रूप में पारित किया। सन 1975 में गृह मंत्रालय के अधीन राजभाषा विभाग की स्थापना की गई। इसके साथ-साथ राजभाषा अधिनियम के प्रावधानों को व्यावहारिक रूप देने के लिए अधिनियम की धारा 8 के अंतर्गत '*राजभाषा-नियम 1976*' बनाया गया। इन सभी कार्यों की समीक्षा और उनके समुचित अनुपालन के लिए केंद्रीय हिंदी समिति, हिंदी सलाहकार समिति और राजभाषा कार्यान्वियन समिति का गठन किया गया।

इस प्रकार भारत की बहुभाषिक स्थिति होते हुए भी राजभाषा हिंदी के प्रयोग की संभावनाएँ बढ़ रही हैं। यह अपेक्षा की जाती है कि हिंदी अपनी सार्वदेशिक प्रकृति के कारण अन्य भारतीय भाषाओं के सहयोग से एक ऐसा रूप धारण कर लेगी जो समूचे भारत की संपर्क भाषा की भूमिका निभाएगी और देश की सामासिक संस्कृति को अभिव्यक्त करने के लिए समर्थ होगी।

प्रश्न-अभ्यास

1. संविधान में अनुच्छेद 343 और 351 के अनुसार राजभाषा हिंदी के स्वरूप और इसके प्रमुख दायित्वों का उल्लेख कीजिए।
2. मुंशी-आयंगर फार्मूले के मुख्य प्रस्ताव क्या थे?
3. 21वीं शताब्दी में राजभाषा हिंदी के समक्ष चुनौतियों पर एक निबंध लिखिए।
4. संविधान की अष्टम अनुसूची में कितनी भाषाएँ उल्लिखित हैं? उनके नाम बताइए।
5. सरकारी कामकाज के लिए भारत के विभिन्न भाषायी क्षेत्रों को किन वर्गों में विभाजित किया गया है? इसे बताते हुए प्रत्येक वर्ग के भाषायी क्षेत्र का उल्लेख कीजिए।

4

कार्यालयी व्यवस्था और पत्राचार

सरकार के तीन अंग हैं – **विधायिका, कार्यपालिका** और **न्यायपालिका**। विधायिका में संसद और विधानमंडल आते हैं जो कानून का निर्माण करते हैं। कार्यपालिका इन कानूनों के आधार पर सरकारी नीतियों को कार्यान्वित करती है। न्यायपालिका कानून संबंधी समस्याओं का समाधान करती है। ये तीनों अंग राष्ट्रपति के अधिकार-क्षेत्र में आते हैं।

कार्यपालिका प्रधानमंत्री के नेतृत्व में कार्य करती है। आम चुनाव में बहुमत प्राप्त करने वाले दल के नेता को राष्ट्रपति द्वारा प्रधानमंत्री नियुक्त किया जाता है। प्रधानमंत्री अपने मंत्रिमंडल का गठन करते हैं। प्रत्येक मंत्रालय का कार्यभार उस मंत्रालय के लिए नियुक्त मंत्री को सौंपा जाता है। मंत्री नीति संबंधी मामलों पर निर्णय लेते हैं। मंत्रालय का प्रशासनिक दायित्व सचिव पर होता है और सचिव मंत्री का मुख्य सलाहकार भी होता है। सचिव की सहायता के लिए अपर सचिव, संयुक्त सचिव, निदेशक, उप सचिव, अवर सचिव आदि अधिकारी होते हैं। इनके अतिरिक्त एक अनुभाग होता है जिसमें सहायक, लिपिक, टाइपिस्ट आदि कर्मचारी एक अनुभाग-अधिकारी के अधीन कार्य करते हैं। इन मंत्रालयों के अंतर्गत संबद्ध कार्यालय, अधीनस्थ कार्यालय, निगम, कंपनी और उपक्रम होते हैं जिनके सर्वोच्च अधिकारी निदेशक, महानिदेशक, प्रबंधनिदेशक आदि होते हैं।

प्रत्येक मंत्रालय और कार्यालय में पत्र-व्यवहार की एक प्रक्रिया होती है। हर कार्यालय में रोज़ाना कई प्रकार के पत्र आते हैं। कार्यालय में आने वाले इन पत्रों को 'आवती' कहते हैं। इन आवतियों को अनुभाग-अधिकारी के पास भेजा

जाता है। अनुभाग-अधिकारी उन आवतियों को संबद्ध सहायक के पास आवश्यक कार्रवाई के लिए भेजता है और यदि किसी आवती पर कोई आवश्यक आदेश अथवा निदेश अपने उच्च अधिकारी से प्राप्त करने हों तो वह उन अधिकारियों के पास भेज देता है।

आवती पर कार्रवाई करने से पहले संबंधित मिसिल के टिप्पण-भाग में सहायक अपना टिप्पण लिखता है और पत्राचार-भाग में आवती को अन्य आवतियों के साथ नत्थी कर देता है। सहायक अपने टिप्पण सहित मिसिल को अनुभाग-अधिकारी को प्रस्तुत करता है और अनुभाग-अधिकारी अपने उच्च अधिकारी के आदेश-निदेश आदि प्राप्त करने के लिए उनके पास भेज देता है। जिस मामले पर सामान्य कार्रवाई की जाती है, उसे 'नेमी मामला' कहते हैं। 'नेमी' मामले में अनुभाग-अधिकारी स्वयं भी निर्णय ले सकता है। प्रत्येक उच्च अधिकारी प्रदत्त शक्तियों के अनुसार उस टिप्पण पर अपना निर्णय देता है। निर्णय प्राप्त होने के बाद पत्र का प्रारूप सहायक द्वारा तैयार किया जाता है। यह प्रारूप संबद्ध अधिकारी द्वारा अनुमोदित होने के बाद पत्र के रूप में संबद्ध कार्यालय, संस्था, व्यक्ति आदि को भेजा जाता है। इस प्रकार आवश्यक कार्रवाई के लिए 'आवती' को विभिन्न अधिकारियों के बीच यात्रा करनी पड़ती है।

आवश्यक कार्रवाई की इस प्रक्रिया में पत्र-व्यवहार की विशेष भूमिका होती है। कार्यालयों में विभिन्न संदर्भों में अलग-अलग प्रकार के पत्र लिखे जाते हैं। ये पत्र अधिकतर औपचारिक होते हैं। इन पत्रों में 'सरकारी पत्र', 'अनुस्मारक', 'अर्ध सरकारी पत्र', 'कार्यालय-आदेश', 'कार्यालय-ज्ञापन', 'परिपत्र', 'अधिसूचना', 'संकल्प', 'प्रेस विज्ञप्ति', 'प्रेस टिप्पणी' आदि आते हैं। इनके अतिरिक्त 'तार', 'टेलेक्स', 'फैक्स', 'ई-मेल' आदि भी होते हैं। इन पत्रों का प्रारूप अलग-अलग होता है। कुछ पत्रों में 'संबोधन' और 'अधोलेख' होता है और कुछ पत्रों में इनका उपयोग नहीं होता। इन पत्रों का विवरण और प्रारूप इस प्रकार है —

❑ **सरकारी पत्र** – यह एक अति औपचारिक पत्र होता है। यह पत्र सरकार के किसी मंत्रालय द्वारा दूसरे मंत्रालय को किसी विषय पर विचार करने, मंतव्य लेने या औपचारिक स्तर पर निर्णय की सूचना देने के लिए लिखा जाता है। इसका प्रयोग सरकारी कार्यालयों, राज्य सरकारों, उपक्रमों, निकायों, निगमों, संस्थाओं के बीच होता है। किसी संबंधित व्यक्ति को भी यह पत्र भेजा जा सकता है। इसका प्रारूप इस प्रकार है—

फा. सं.

भारत सरकार

सूचना और प्रसारण मंत्रालय

शास्त्री भवन, नई दिल्ली

दिनांक............

सेवा में,

उपसचिव,

सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय,

सी.जी.ओ. कांप्लेक्स, लोदी इस्टेट

नई दिल्ली।

विषय ....

महोदय

....

....

....

....

भवदीय,

हस्ता./-

(रामकुमार शर्मा)

उपसचिव, भारत सरकार

इसके अंतर्गत पत्र के शीर्ष पर मंत्रालय या कार्यालय का नाम और मिसिल/फाईल संख्या दी जाती है। इसके नीचे दाईं ओर प्रेषक का पता और तारीख दी जाती है। इसके बाद बाईं ओर पत्र पाने वाले का पदनाम तथा कार्यालय का पता दिया जाता है। कई बार अधिकारी का नाम भी दिया जाता है। इसके बाद विषय दिया जाता है और फिर नितांत बाईं ओर इसका संबोधन 'महोदय' या 'प्रिय महोदय' से होता है। तत्पश्चात पत्र के कलेवर में विषय का विस्तार से वर्णन होता है। अंत में 'भवदीय' शब्द का प्रयोग अधोलेख के रूप में होता है।

❑ **अनुस्मारक** – इसे 'स्मरण पत्र' भी कहते हैं। अनुस्मारक का प्रयोग उन स्थितियों में होता है, जब औपचारिक पत्र का उत्तर प्राप्त नहीं होता। इस संदर्भ में पत्र पाने वाले को स्मरण दिलाने के लिए 'अनुस्मारक' भेजा जाता है। इसका प्रारूप औपचारिक पत्र की ही तरह है। यदि स्मरण पहली बार दिलाया जा रहा हो तो दाईं ओर 'अनुस्मारक-एक' लिखा जाता है। दूसरी बार में 'अनुस्मारक-दो' लिखा जाता है। अनुस्मारक लिखते समय कलेवर के आरंभ में औपचारिक पत्र का हवाला देते हुए पत्र लिखा जाता है।

❑ **अर्धसरकारी पत्र** – यह पत्र उन स्थितियों में लिखा जाता है जब किसी अन्य कार्यालय के अधिकारी से कोई परामर्श, सुझाव आदि प्राप्त करना हो। औपचारिक पत्र और अनुस्मारक भेजने के बावजूद उत्तर नहीं आता तो अर्ध सरकारी पत्र उस कार्यालय के संबंद्ध अधिकारी को मैत्री भाव से लिखा जाता है। यह पत्र उस अधिकारी का संबंधित विषय की ओर व्यक्तिगत ध्यान दिलाने के लिए लिखा जाता है। इसके प्रारूप में दाईं ओर मिसिल/फाईल संख्या के साथ मंत्रालय या कार्यालय का नाम, पता और तारीख दिए जाते हैं। इसमें संबोधन 'प्रिय श्री ......' अथवा 'प्रियवर श्री ......' के रूप में किया जाता है। पत्र के अंत में 'आपका' शब्द का उपयोग अधोलेख के रूप में होता है। यह ध्यान में रहे कि अर्ध सरकारी पत्र में 'महोदय' अथवा 'प्रिय महोदय' संबोधन के रूप में और 'भवदीय' अधोलेख के रूप में प्रयुक्त नहीं होता। पत्र के अंत में बाईं ओर पत्र पाने वाले का नाम, पदनाम और पूरा पता दिया जाता है। इसका प्रारूप इस प्रकार है –

मोहन स्वरूप
निदेशक
टेलीफोन ....

अ.स.प.स. ...
भारत सरकार
सूचना और प्रसारण मंत्रालय
शास्त्री भवन, नई दिल्ली
दिनांक ....

प्रिय श्री शर्मा,

....
....
....
....

आपका
हस्ता./

श्री दिलीप कुमार शर्मा
निदेशक
सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय
सी.जी.ओ. कांप्लेक्स
नई दिल्ली

❑ **कार्यालय आदेश** – इसका प्रयोग आंतरिक प्रशासन के संदर्भ में होता है। किसी कर्मचारी की पदस्थता या स्थानांतरण, अधिकारियों में कार्यों का वितरण या अर्जित छुट्टी की स्वीकृति की सूचना देने के लिए इसका उपयोग होता है। इसमें संबोधन और अधोलेख नहीं होते, शेष प्रारूप अन्य पत्रों की तरह होता है। कलेवर से पहले 'कार्यालय आदेश संख्या' लिखी जाती है, जो चालू वित्त वर्ष के दौरान जारी की गई है। अंत में बाईं ओर संबद्ध अधिकारियों अथवा कर्मचारियों को सूचना और अनुपालन अथवा सूचना और आवश्यक कार्रवाई के लिए प्रतिलिपि भेजे जाने का निर्देश होता है। इसका प्रारूप आगे दिया जा रहा है –

संख्या .....

भारत सरकार

मानव संसाधन विकास मंत्रालय

(माध्यमिक एवं उच्चतर शिक्षा विभाग)

शास्त्री भवन, नई दिल्ली

दिनांक...........

कार्यालय आदेश सं. .....

....

....

....

....

हस्ता./-

नाम (   )

अवर सचिव, भारत सरकार

प्रतिलिपि : सूचना और आवश्यक कार्रवाई के लिए

❑ **कार्यालय ज्ञापन और परिपत्र**— कार्यालय ज्ञापन का उपयोग उन स्थितियों में किया जाता है जब कोई कर्मचारी किसी परीक्षा में बैठने, किसी विशिष्ट कार्य के लिए पारिश्रमिक या मानदेय लेने अथवा किसी कार्यक्रम में भाग लेने की अनुमति लेना चाहता है। इन अनुमति की सूचना कार्यालय ज्ञापन द्वारा दी जाती है। इसके साथ ही यदि किसी कर्मचारी से अनुशासनिक मामले पर स्पष्टीकरण माँगा जाता है अथवा उसके स्पष्टीकरण पर हुई कार्रवाई की सूचना दी जाती है, तब कार्यालय ज्ञापन का उपयोग होता है। किसी नियम, विनियम की जानकारी या उसके संबंध में आदेश देने की सूचना भी कार्यालय ज्ञापन द्वारा दी जाती है। यह भी उल्लेखनीय है कि मंत्रालयों में परस्पर पत्र-व्यवहार औपचारिक पत्र के रूप में नहीं होता, बल्कि कार्यालय ज्ञापन के रूप में होता है। इसका प्रारूप कार्यालय आदेश की ही तरह होता है। इसमें संबोधन और अधोलेख नहीं होता। यदि अधिकारियों अथवा कर्मचारियों को कोई सूचना देनी हो अथवा नियमों का

पालन न होने पर सामान्य चेतावनी देनी हो तो कार्यालय ज्ञापन को 'परिपत्र' के रूप में जारी किया जाता है।

❑ **अधिसूचना और संकल्प** – अधिसूचना का उपयोग अधिकारियों की नियुक्ति, प्रतिनियुक्ति, स्थानांतरण आदि स्थितियों में किया जाता है। इसके अतिरिक्ति सरकार द्वारा गठित समिति या आयोग की सिफ़ारिशों पर सरकार ने जो निर्णय लिया है उसकी सूचना भी अधिसूचना के द्वारा दी जाती है। यह अधिसूचना भारत सरकार के राजपत्र अथवा राज्य सरकार संबंधी मामलों पर राज्य सरकार के राजपत्र में प्रकाशित होती है। अधिसूचना निजी कार्यालयों में जारी नहीं की जाती। इसका प्रारूप प्रायः 'कार्यालय आदेश' के समान होता है।

जब सरकार किसी विशेष प्रयोजन के लिए किसी आयोग का गठन करती है तो उसकी सूचना संकल्प द्वारा जारी की जाती है। संकल्प भी भारत सरकार के राजपत्र अथवा राज्य सरकार के राजपत्र में प्रकाशित होता है। इसके अतिरिक्त गठित आयोग या समिति की बैठकों में हुए निर्णयों का कार्यवृत्त भी प्रकाशित किया जाता है। अधिसूचना और संकल्प संयुक्त सचिव जैसे उच्च अधिकारी के हस्ताक्षर से जारी होते हैं। इन्हें राजपत्र में प्रकाशित करने के लिए भारत सरकार या संबद्ध राज्य सरकार के मुद्रणालय को भेजा जाता है। संकल्प गठित आयोग के अध्यक्ष तथा सदस्यों को भी भेजा जाता है। संकल्प में संबोधन और अधोलेख नहीं होगा।

❑ **प्रेस विज्ञप्ति और प्रेस टिप्पणी**– जब सरकार जन-सामान्य अथवा किसी विशेष वर्ग के कल्याण के लिए कोई योजना बनाती है तो उसकी सूचना प्रेस विज्ञप्ति या प्रेस टिप्पणी के रूप में जारी की जाती है। जो मंत्रालय योजना बनाता है, वह उसकी सूचना जन-सामान्य तक पहुँचाने के लिए 'प्रेस सूचना ब्यूरो' को भेजता है, ताकि वह ब्यूरो उस सूचना को समाचार पत्रों में प्रकाशन के लिए भेज सके। प्रेस विज्ञप्ति को ज्यों-का-त्यों प्रकाशित किया जाता है। इसमें संपादन की आवश्यकता नहीं होती। समाचार पत्रों को प्रेस टिप्पणी में काट-छाँट करने अथवा संपादन की छूट होती है। इसमें संबोधन और अधोलेख नहीं होते और यह प्रायः कार्यालय ज्ञापन अथवा कार्यालय आदेश की भाँति होता है।

इस प्रकार सरकारी स्तर पर जो पत्र जारी किए जाते हैं वे निजी या गैरसरकारी कार्यालयों में भी जारी किए जाएँ आवश्यक नहीं है। परंतु पत्र, अर्धसरकारी पत्र, अनुस्मारक, कार्यालय आदेश, कार्यालय ज्ञापन आदि का प्रयोग सभी प्रकार के कार्यालयों में होता है। इनके प्रारूप में कोई विशेष अंतर नहीं होता। कुछ अभिव्यक्तियों में अंतर अवश्य हो जाता है। इन पत्रों में अभिधापरक भाषा का प्रयोग होता है। लक्षणा और व्यंजनापरक भाषा से इनका कोई सरोकार नहीं है। किंतु यह उल्लेखनीय है कि इसमें पारिभाषिक शब्दावली का समुचित प्रयोग किया जाए और यह पत्र स्वतः स्पष्ट अथवा स्वतः पूर्ण होने चाहिए।

प्रश्न-अभ्यास

1. सरकार के कितने अंग हैं और उनकी भूमिका क्या है?
2. सरकारी पत्र और अर्धसरकारी पत्र के बारे में बताते हुए इनमें अंतर स्पष्ट कीजिए।
3. कार्यालय आदेश के महत्त्व का प्रतिपादन कीजिए।
4. कार्यालय ज्ञापन का प्रयोग किन स्थितियों में किया जाता है?
5. अधिसूचना और संकल्प को निजी कार्यालयों में क्यों नहीं जारी किया जा सकता है?
6. प्रेस विज्ञप्ति और प्रेस टिप्पणी की विशेषताएँ बताते हुए अंतर स्पष्ट कीजिए।
7. निम्नलिखित पर टिप्पणी लिखिए –
   आवती, मिसिल और नेमी मामला।

5

प्रतिवेदन

आधुनिक युग के औद्योगिक और व्यावसायिक क्षेत्रों में जो प्रतिस्पर्धा व्याप्त है उसे बनाए रखने के लिए उद्योगपति और व्यावसायिक संस्थाएँ किसी कार्य को आरंभ करने से पहले, उसमें कोई नया आयाम जोड़ने से पहले यह जानकारी देना आवश्यक समझते हैं कि इस व्यवसाय को प्रारंभ करना वाँछनीय होगा या नहीं। इस संदर्भ में बाज़ार की स्थिति का ध्यान रखकर और विभिन्न तथ्यों को प्राप्त करके विस्तृत विवरण प्रस्तुत किया जाता है। इस विवरण को प्रतिवेदन कहते हैं। इससे व्यवसाय की भावी नीति को निर्धारित करने में सहायता मिलती है। इस प्रकार वर्तमान युग में प्रतिवेदन-लेखन एक महत्त्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है।

हिंदी में प्रतिवेदन शब्द अंग्रेज़ी के 'रिपोर्ट' शब्द के पर्याय के रूप में स्वीकार किया गया है। यह ध्यान देने की बात है कि प्रतिवेदन शब्द का अर्थ, स्वरूप और विषय-वस्तु रिपोर्ट से काफ़ी भिन्न है। वास्तव में रिपोर्ट का प्रयोग इतिवृत्त, विवरण, विज्ञापन, सूचना, रपट, संवाद, समाचार आदि कई अर्थों में होता है। समाचार पत्रों अथवा आकाशवाणी तथा दूरदर्शन के संवाददाता अर्थात 'रिपोर्टर' किसी घटना, सम्मेलन, वस्तुस्थिति समाचार आदि की जो रिपोर्ट या रपट भेजते हैं, वह सूचना-समाचार अथवा वृत्तांत है, न कि प्रतिवेदन। इसी प्रकार पुलिस स्टेशन में कोई व्यक्ति जब किसी दुर्घटना, अपराध, चोरी, झगड़े आदि की शिकायत करता है तो वह रिपोर्ट ही है, न कि प्रतिवेदन। इसी प्रकार जब हम किसी महत्त्वपूर्ण सूचना, समाचार, घटना आदि के बारे में सुनते-पढ़ते

हैं तो वह एक प्रकार का विवरण है जो रिपोर्ट के अंतर्गत आता है। इस प्रकार प्रतिवेदन में रिपोर्ट के कई लक्षण समाहित नहीं होते।

प्रतिवेदन शब्द 'प्रति' उपसर्ग और 'विद्' धातु के योग से बना है। इसका अर्थ है– सम्यक जानकारी। इस प्रकार प्रतिवेदन का अभिप्राय अनुभवयुक्त विस्तृत तथ्यात्मक जानकारी से है। किसी घटना, कार्य-योजना आदि की जानकारी देने के लिए जो विवरण तैयार किया जाता है और उसे किसी अधिकारी या सभा के सामने प्रस्तुत किया जाता है वही विवरण 'प्रतिवेदन' कहलाता है। वस्तुतः प्रतिवेदन एक प्रकार का लिखित विवरण होता है जिसमें किसी कार्य या विषय के विभिन्न तथ्यों का लेखा-जोखा प्रस्तुत किया जाता है। इस प्रतिवेदन का प्रयोजन उन लोगों के किसी कार्य या विषय के बारे में यथावश्यक सूचना देना है जो उससे संबंधित है और उन्हें उसके सभी तथ्यों की पूरी जानकारी नहीं है। यह प्रतिवेदन किसी सरकारी अथवा गैर सरकारी संस्था की व्यावसायिक स्थिति के बारे में भी लिखे जाते हैं। इस प्रकार के प्रतिवेदन दैनिक, साप्ताहिक, मासिक और वार्षिक होते हैं। किसी विशेष मामले में गठित अध्ययन दल, जांच समिति, आयोग आदि द्वारा जो विशेष प्रतिवेदन प्रस्तुत किए जाते हैं, वे एक ही बार प्रस्तुत होते हैं। किसी अधिवेशन, सम्मेलन, संगोष्ठी आदि के समापन पर समसामयिक प्रतिवेदन प्रस्तुत किया जाता है। इसमें कार्य विशेष की जानकारी तो दी जाती है, साथ ही विभिन्न आँकड़ों आदि के माध्यम से निष्कर्ष, सुझाव और संस्तुतियाँ भी दी जाती हैं।

प्रतिवेदन के प्रमुख तत्त्व

प्रतिवेदन-लेखन में निम्नलिखित तत्त्वों का होना आवश्यक है–

- **प्रकरण विशेष** – यह किसी प्रकरण या मामले से संबद्ध होता है, इसमें किसी घटना, दुर्घटना, शिकायत, आचरण, विवाद, नीति आदि कोई भी विषय हो सकता है, जिसके अध्ययन की आवश्यकता महसूस की गई हो।
- **प्रतिवेदक की योग्यता** – प्रतिवेदन लिखने से पहले सरकारी या गैर-सरकारी संस्था किसी विशेष व्यक्ति को प्रतिवेदन-लेखन का कार्य सौंपती है।

इसमें यह देखा जाता है कि प्रतिवेदक का संबंध उस घटना या विवाद से तो नहीं है। यदि नीति का मामला है तो उसका उससे प्रत्यक्ष संबंध होना आवश्यक है। इसके अतिरिक्त किसी कार्यालय या व्यावसायिक संस्था में किसी विषय पर जो प्रतिवेदन माँगा गया है, प्रतिवेदक का उस व्यवसाय या विषय का जानकार होना आवश्यक है।

❑ **प्रामाणिक साक्ष्य** – प्रतिवेदन की प्रामाणिकता को बनाए रखने के लिए पक्ष-विपक्ष के सभी व्यक्तियों से बातचीत की जाए और जब तक उनसे प्रामाणिक साक्ष्य न मिले तब तक उस पर विचार न किया जाए। ये साक्ष्य प्रामाणिक, तर्कपूर्ण और लिखित होने चाहिए। यदि मौखिक साक्ष्य है तो उसे रिकार्ड कर लेना चाहिए। नीति संबंधी मामलों में सभी तथ्य और आँकड़े प्रामाणिक होने चाहिए।

❑ **निश्चित अवधि** – प्रत्येक प्रतिवेदन को प्रस्तुत करने के लिए समय-सीमा का निर्धारित होना आवश्यक है। वार्षिक प्रतिवेदन प्रायः वित्त वर्ष के पश्चात प्रस्तुत किए जाते हैं।

❑ **अभिमत** – प्रतिवेदन लिखते समय प्रतिवेदक के मंतव्य या अभिमत या निष्कर्ष या संस्तुति का होना आवश्यक है। इन निष्कर्षों के आधार पर प्रतिवेदन को कार्यान्वित करने में सुविधा होती है और यही प्रतिवेदन की सार्थकता का द्योतक है।

प्रतिवेदन की विशेषताएँ

प्रतिवेदन अपने आप में एक ऐसा दस्तावेज़ है जिसका महत्त्व मात्र समसामयिक नहीं होता अपितु संबंधित क्षेत्र में सुदूर भविष्य तक भी इसकी उपयोगिता रहती है। प्रतिवेदन की विशेषताओं का विवेचन नीचे किया जा रहा है –

1. **कार्य योजना** – प्रतिवेदक को पहले पूरी योजना बनानी चाहिए। विषय का अध्ययन करके उसके उद्देश्य को समझना चाहिए। इसकी प्रारंभिक रूपरेखा बनाने से प्रतिवेदन लिखने में सहायता मिलती है।

2. **तथ्यात्मकता** – प्रतिवेदन तथ्यों का संकलन होता है। इसलिए सबसे पहले विषय से संबंधित महत्त्वपूर्ण तथ्यों की जानकारी लेनी पड़ती है। इसके लिए पुराने

प्रतिवेदनों, फाइलों, नियम-पुस्तकों, प्रपत्रों के द्‌वारा आवश्यक सूचनाएँ इकट्‌ठी की जाती हैं। सर्वेक्षण तथा साक्षात्कार द्‌वारा आँकड़ों और तथ्यों को प्राप्त किया जाता है। इन तथ्यों को रिकार्ड किया जाए और आवश्यकता पड़े तो इनके फोटो भी लिए जा सकते हैं।

3. **प्रामाणिकता** – तथ्यों का प्रामाणिक होना अत्यंत आवश्यक है। किसी विषय, घटना अथवा शिकायत आदि के बारे में जो तथ्य जुटाए जाएँ, उनकी प्रमाणिकता से प्रतिवेदन की सार्थकता बढ़ जाती है।

4. **निष्पक्षता** – प्रतिवेदन एक प्रकार से वैधानिक अथवा कानूनी दस्तावेज़ बन जाता है। इसलिए प्रतिवेदक का निर्णय विवेकपूर्ण होना अत्यंत आवश्यक है। प्रतिवेदन लिखते समय या प्रस्तुत करते समय प्रतिवेदक प्रत्येक तथ्य, वस्तुस्थिति, पक्ष-विपक्ष, मत-विमत का निष्पक्ष भाव से अध्ययन करे और फिर उसके निष्कर्ष निकाले। इस प्रकार प्रत्येक स्थिति में उसका यह नैतिक दायित्व हो जाता है कि वह नीर-क्षीर-विवेक का परिचय दे। इससे प्रतिवेदन उपयोगी होगा और मार्गदर्शक भी सिद्‌ध होगा।

5. **विषय-निष्ठता** – प्रतिवेदन का संबंधित प्रकरण पर ही केंद्रित होना अपेक्षित है। यदि किसी विषय-विशेष पर प्रतिवेदन लिखा जाना है तो उसे संबंधित तथ्यों, कारणों और सामग्री आदि तक ही सीमित रखना चाहिए। इसमें प्रकरण को एक सूत्र की तरह प्राप्त तथ्यों में पिरोया जाए, जिससे प्रकरण अपने आप में स्पष्ट होगा।

6. **निर्णयात्मकता** – प्रतिवेदन मात्र विवरण नहीं होता। इसलिए प्रतिवेदक का संबंधित विषय का विशेष जानकार होना आवश्यक है। यदि वह विशेषज्ञ होगा तो साक्ष्यों और तथ्यों का सही या गलत अनुमान लगा पाएगा तथा उनका विश्लेषण करने में समर्थ होगा। साथ ही वह प्राप्त तथ्यों, साक्ष्यों और तर्कों का सम्यक परीक्षण कर पाएगा और अपने सुझाव तथा निर्णय भी दे पाएगा।

7. **संक्षिप्तता और स्पष्टता** – प्रतिवेदन लिखते समय यह ध्यान रखा जाए कि उसमें अनावश्यक विस्तार न हो। प्रत्येक तथ्य या साक्ष्य का संक्षिप्त और सुस्पष्ट विवरण दिया जाए। यदि प्रतिवेदन काफी लंबा हो गया हो तो उसका सार दिया

जाए जिससे प्राप्त तथ्यों और सुझावों पर ध्यान तुरंत आकृष्ट हो सके। लेकिन अस्पष्ट सूचना या विवरण से उद्देश्य पूरा नहीं हो पाता। अतः प्रतिवेदन संक्षिप्त होते हुए भी अपने आप में स्पष्ट और पूर्ण होना चाहिए।

प्रतिवेदन के प्रकार

प्रतिवेदन के विषय असंख्य हो सकते हैं और उन्हें कई वर्गों में विभाजित किया जा सकता है। सुविधा की दृष्टि से मुख्य रूप से प्रतिवेदन दो प्रकार के होते हैं — औपचारिक प्रतिवेदन और अनौपचारिक प्रतिवेदन।

❑ **औपचारिक प्रतिवेदन** — सरकार या किसी संस्था अथवा किसी विशिष्ट अधिकारी के आदेशानुसार जो प्रतिवेदन किसी कार्य-विशेष के बारे में तैयार किया जाता है, वह औपचारिक प्रतिवेदन होता है। इसमें निष्कर्षों के साथ-साथ सुझाव और संस्तुतियाँ भी होती हैं। औपचारिक प्रतिवेदन कई प्रकार के होते हैं, जैसे — समिति या आयोग का प्रतिवेदन, निदेशक मंडल या संचालक मंडल का प्रतिवेदन, सचिव का प्रतिवेदन, विशेषज्ञों का प्रतिवेदन, सभा का प्रतिवेदन, प्रशासनिक प्रतिवेदन, वित्तीय प्रतिवेदन।

❑ **अनौपचारिक प्रतिवेदन** — यह प्रतिवेदन एक व्यक्ति द्वारा दूसरे व्यक्तियों के पास भेजे जाने वाले पत्रों की भाँति तैयार किया जाता है। इसके लेखन में कोई निश्चित नियम नहीं होते। इसमें अकेला व्यक्ति ही उत्तरदायी होता है। इसमें प्रायः उत्तम पुरुष सर्वनाम शैली का प्रयोग होता है। जैसे — 'मैं समझता हूँ', 'हमें ऐसा प्रतीत होता है', 'मेरा विचार है'।

प्रतिवेदन के नमूने

(1) दिल्ली दुग्ध योजना में दूध की सप्लाई बहुत कम हो गई है। इस संबंध में जाँच करने के बाद वहाँ के अधिकारी का प्रतिवेदन।

दिल्ली दुग्ध योजना संबंधी प्रतिवेदन

इस वर्ष पिछले वर्ष की अपेक्षा काफ़ी समय तक अत्यधिक गर्मी रही है। मानसून भी बहुत देर से आरंभ हुआ। कुछ पड़ोसी क्षेत्रों में अभी तक वर्षा पर्याप्त मात्रा में नहीं हुई है। इसी कारण इन क्षेत्रों में दूध का उत्पादन पूरी तरह नहीं हो पाया है और उसकी उपलब्धि अभी तक सामान्य स्थिति तक नहीं पहुँच पाई है।

ग्रीष्म ऋतु के आरंभ से अंत तक दुग्ध संयंत्र (प्लांट) को पूरी क्षमता से निरंतर चालू रखा गया है और सामान्य आपूर्ति (सप्लाई) करने का प्रयास किया जाता रहा है। किंतु इसी समय ऐसी स्थिति पैदा हो गई है कि कुछ दिनों के लिए स्टैंडर्डाइज़्ड दूध की पूरी सप्लाई कर पाना संभव नहीं होगा। अतः यह उचित होगा कि दूध की सप्लाई को कम करके 50 प्रतिशत कर दिया जाए और उसके स्थान पर टोंड दूध की सप्लाई जारी रखी जाए। प्रत्येक ग्राहक को दूध का पूरा कोटा दिया जाए जिसमें 50 प्रतिशत टोंड दूध भी हो।

यह व्यवस्था अस्थायी होगी और एक माह के लिए होगी।

इस संबंध में समाचार पत्रों में एक सूचना प्रकाशित करवाई जाए जिसमें ग्राहकों से इस स्थिति में सहयोग देने के लिए अनुरोध किया जाए।

दिल्ली

दिनांक - 10 अगस्त 2002

माधव प्रसाद खुल्वे

संपर्क अधिकारी

(2) राष्ट्रीय राजधानी क्षेत्र दिल्ली की गंदी बस्तियों के सर्वेक्षण के लिए उपराज्यपाल महोदय ने पाँच सदस्यों की एक समिति गठित की है। इस समिति का एक प्रतिवेदन।

राष्ट्रीय राजधानी दिल्ली क्षेत्र

दिल्ली की गंदी बस्तियों के सर्वेक्षण से संबंधित प्रतिवेदन

सर्वेक्षण समिति उपर्युक्त मामले पर विस्तार और एकाधिक साधनों से जाँच करके निम्नलिखित प्रतिवेदन प्रस्तुत करती है –

(1) दिल्ली में इस समय कुल छह सौ सात गंदी बस्तियाँ हैं। इनमें से –

(क) अस्सी बस्तियाँ ऐसी हैं, जो पिछले पच्चीस वर्ष या इससे भी पहले नगर निगम के नियम-विनियम के अधीन निर्मित हुई थीं किंतु योजनाबद्ध निर्माण और विकास का अभाव है।

(ख) शेष बस्तियाँ अनधिकृत हैं – (i) इनमें से 105 बस्तियाँ झुग्गी-झोंपड़ी बस्ती के रूप में हैं और (ii) शेष छोटे-बड़े, कच्चे-पक्के मकानों के रूप में हैं।

(2) इन गंदी बस्तियों के अविकसित एवं गंदे रहने के मुख्य कारण इस प्रकार हैं —

(क) मकानों के आसपास जल-मल प्रवाहन की व्यवस्था नहीं है।

(ख) नगर निगम की ओर से सफाई एवं अन्य देख-रेख के लिए नियुक्त कर्मचारियों की कमी है।

(ग) सार्वजनिक जन सुविधाओं; जैसे — शौचालय, कूड़ाघर, औषधालय, डाकघर का अभाव है।

(घ) बाज़ार बेढंगे हैं। गली-मुहल्लों में लोगों ने इच्छानुसार छोटी-बड़ी दुकानें खोल रखी हैं।

सुझाव

(1) समिति यह अनुभव करती है कि इन बस्तियों को साफ़-सुथरा, व्यवस्थित और ठीक-ठाक रखने का दायित्व नगर निगम का है। अतः निगम का ध्यान इस ओर आकर्षित किया जाए।

(2) बस्तियों के निवासियों की स्थानीय समितियाँ बनवाई जाएँ। उनके माध्यम से बस्तियों के रख-रखाव और सफ़ाई व्यवस्था के प्रति जागरूकता उत्पन्न करने का प्रयास किया जाए।

(3) नगर-निगम के स्वच्छता नियमों का कठोरता से पालन कराने की व्यवस्था की जाए। गंदी बस्तियों में विभिन्न प्रकार की सुव्यवस्था और रख-रखाव पर गंभीरतापूर्वक ध्यान देने से बहुत जल्दी ही अच्छे परिणाम सामने आएँगे।

हस्ता./-	हस्ता./-	हस्ता./-	हस्ता./-	हस्ता./-
अध्यक्ष	सदस्य	सदस्य	सदस्य	सचिव/संयोजक

प्रश्न-अभ्यास

1. प्रतिवेदन का अर्थ स्पष्ट कीजिए।
2. प्रतिवेदन रिपोर्ट से किस प्रकार भिन्न है?
3. प्रतिवेदन के प्रमुख तत्त्वों और विशेषताओं की जानकारी दीजिए।
4. निम्नलिखित पर टिप्पणी लिखिए –
   - ❑ औपचारिक प्रतिवेदन
   - ❑ अनौपचारिक प्रतिवेदन
5. विद्यालय के शैक्षिक विकास और उन्नति को ध्यान में रखते हुए प्रधानाध्यापक/प्रधानाध्यापिका ने एक समिति का गठन किया है। उस समिति के सचिव की ओर से एक प्रतिवेदन तैयार कीजिए।

6

कार्यसूची और कार्यवृत्त

कार्यसूची

संस्थाओं और कार्यालयों में किसी विषय या समस्या पर गंभीरता से विचार-विनिमय करने और निर्णय पर पहुँचने के लिए समितियों का गठन होता है। सरकार और संसद में इन समितियों का विशेष महत्त्व है। इन समितियों के सदस्य निश्चित समय पर एक साथ बैठकर विषय के प्रत्येक पक्ष पर चर्चा करते हैं और निर्णय लेते हैं। सरकारी कार्यालयों और मंत्रालयों में विशेषज्ञ समितियाँ, सलाहकार समितियाँ, चयन समितियाँ, विभागीय पदोन्नति समितियाँ होती हैं जिनका गठन अपने-अपने विषयों के लिए होता है। इन समितियों में कई सदस्य होते हैं, जिनमें एक अध्यक्ष और एक सचिव होता है। समिति की बैठक का संयोजन सामान्यतः समिति का सचिव करता है। सचिव को संयोजक भी कहते हैं। बैठक की कार्रवाई प्रारंभ होने से पहले अध्यक्ष अथवा सचिव सदस्यों का स्वागत करता है। बैठक की आवश्यकता बताते हुए सचिव विचारणीय विषयों का संक्षिप्त परिचय देता है।

समिति की बैठक आयोजित होने से पहले एक 'कार्यसूची' तैयार की जाती है। इस कार्यसूची में विचारणीय विषयों को लिखा जाता है। यदि आवश्यकता पड़े तो उन पर संक्षिप्त टिप्पणी भी दी जाती है। विषय संबंधी महत्त्वपूर्ण मुद्दों को क्रमवार लिखा जाता है। कार्यसूची में उन विषयों को दिया जाता है जो समिति के उद्देश्यों की पूर्ति करते हैं। इससे समिति की बैठक का समय अनावश्यक रूप से नष्ट नहीं होता। दूसरे, सदस्य उन्हीं मुद्दों पर विचार-विमर्श करते हैं जो

कार्यसूची में दिए गए हैं। सदस्यों को विषय से इधर-उधर भटकने का अवकाश नहीं मिलता। कार्यसूची तैयार होने के बाद समिति के अध्यक्ष और सचिव का अनुमोदन लिया जाता है। इसके बाद समिति की बैठक की निर्धारित तारीख से पहले सदस्यों को बैठक की तारीख और समय की सूचना देते हुए कार्यसूची की प्रति भी भेजी जाती है। इससे सदस्य बैठक में भाग लेने से पहले उन मुद्दों पर अपना मन बना लेते हैं। इससे उन्हें चर्चा में भाग लेने में कठिनाई नहीं होती।

कार्यसूची का प्रारूप

केंद्रीय विद्यालय, हैदराबाद की सांस्कृतिक समिति की होने वाली बैठक के लिए कार्यसूची बनाने का नमूना –

केंद्रीय विद्यालय, सैनिकपुरी, हैदराबाद

सांस्कृतिक समिति की बैठक – 4 जनवरी 2002

कार्यसूची

1. सदस्यों का स्वागत।
2. पिछली बैठक के कार्यवृत्त की संपुष्टि।
3. सांस्कृतिक कार्यक्रम की तारीख निश्चित करना।
4. सांस्कृतिक कार्यक्रम की कार्य-योजना पर विचार।
5. कार्यक्रम की कार्य-योजना पर विचार।
6. अन्य विद्यालयों को कार्यक्रम में सम्मिलित करने पर विचार।
7. अध्यक्ष महोदय की अनुमति से अन्य विषय।
8. धन्यवाद ज्ञापन।

हस्ता./-

सचिव, सांस्कृतिक कार्यक्रम

कार्यवृत्त

किसी भी बैठक की समाप्ति के बाद सचिव अथवा संयोजक कार्रवाई के कार्यवृत्त का प्रारूप तैयार करता है। कार्यवृत्त की प्रकृति बैठक की प्रकृति के

अनुरूप होती है। बैठक में जो प्रस्ताव और निर्णय लिए गए थे, उनका विवरण कार्यवृत्त में दिया जाता है। कार्यवृत्त तैयार होने के बाद सचिव अथवा संयोजक उस पर अध्यक्ष के हस्ताक्षर करवाता है। इस कार्यवृत्त को समिति की अगली बैठक में संपुष्टि के लिए प्रस्तुत किया जाता है। यदि अगली बैठक होने की संभावना न हो तो उसकी एक-एक प्रति समिति के सदस्यों को भेजी जाती है।

कार्यवृत्त का प्रारूप

सांस्कृतिक-समिति की बैठक 4 जनवरी 2002 को संपन्न हुई थी। उसमें जिन विषयों पर चर्चा हुई थी और उन पर जो निर्णय लिए गए थे उसके कार्यवृत्त का नमूना –

केंद्रीय विद्यालय, सैनिकपुरी, हैदराबाद

4 जनवरी 2002 को संपन्न सांस्कृतिक समिति की बैठक का कार्यवृत्त

सांस्कृतिक समिति की बैठक 4 जनवरी 2002 को सायं 4 बजे संपन्न हुई। उसमें निम्नलिखित सदस्यों ने भाग लिया –

1. .... अध्यक्ष
2. .... सदस्य
3. .... सदस्य
4. .... सदस्य
5. .... सचिव

बैठक प्रारंभ होने से पहले सचिव श्री .... ने सदस्यों का स्वागत किया और 5-9-2001 को संपन्न पिछली बैठक का कार्यवृत्त प्रस्तुत किया। सदस्यों ने इस कार्यवृत्त की संपुष्टि सर्वसम्मति से की।

इसके बाद सचिव महोदय ने यह बताया कि विद्यालय के वार्षिक कार्यक्रम में सांस्कृतिक कार्यक्रम आयोजित किए जाते हैं। वार्षिक कार्यक्रम की तारीखें 21 से 24 फ़रवरी 2002 तक निर्धारित की गई हैं। उन्होंने बताया कि इन चार दिनों के वार्षिक कार्यक्रम में एक दिन सांस्कृतिक कार्यक्रम

रखा गया है। काफ़ी चर्चा के बाद सांस्कृतिक कार्यक्रम के लिए सर्वसम्मति से 22 फ़रवरी 2002 निर्धारित की गई।

सांस्कृतिक कार्यक्रम की कार्य-योजना पर चर्चा करते हुए सदस्यों ने कई सुझाव दिए। निम्नलिखित सुझाव पारित किए गए –

1. संगीत
2. गायन और नृत्य
3. अंत्याक्षरी
4. फैशन शो / फैंसी ड्रैस
5. वाद-विवाद प्रतियोगिता
6. नाटक और नुक्कड़ नाटक प्रतियोगिता
7. काव्य-वाचन प्रतियोगिता
8. समूहगान प्रतियोगिता
9. भाषण प्रतियोगिता
10. निबंध प्रतियोगिता

कार्यक्रम में होने वाले व्यय के बारे में प्रधानाध्यापक महोदय ने बताया कि सांस्कृतिक कार्यक्रम के लिए वर्ष 2001-2002 के लिए बजट में दस हज़ार रुपए का प्रावधान है और विद्‌यालय विकास निधि के अंतर्गत आठ हज़ार रुपए का प्रावधान है। साथ ही इस कार्यक्रम के लिए बाल निधि से दो हज़ार रुपए की व्यवस्था की जा सकती है। इस प्रकार कुल बीस हज़ार रुपए व्यय करने की व्यवस्था विद्‌यालय द्‌वारा हो सकती है। एक हैड बॉय श्री .... ने अपना प्रस्ताव रखा कि यदि इस राशि से अधिक व्यय होने की संभावना दिखाई दी तो वे छात्रों द्वारा कुछ राशि की व्यवस्था भी कर देंगे। इसके लिए कुछ कूपन छपवाने की आवश्यकता पड़ सकती है।

इस कार्यक्रम में अन्य विद्‌यालयों को सम्मिलित करने के सुझाव का लगभग सभी सदस्यों ने विरोध किया और यह बताया कि यह विद्‌यालय का अपना कार्यक्रम है इसलिए अन्य विद्‌यालयों को सम्मिलित करने से कोई लाभ नहीं होगा।

संस्कृत के अध्यापक श्री .... ने अध्यक्ष की अनुमति से यह बात उठाई कि इस कार्यक्रम में मुख्य अतिथि के रूप में किसी विख्यात विद्वान अथवा किसी उच्च अधिकारी अथवा किसी प्रसिद्ध कलाकार को आमंत्रित किया जाएगा। इस विषय पर काफ़ी चर्चा के बाद अंत में निश्चय किया गया कि प्रसिद्ध गायक श्री .... को मुख्य अतिथि के रूप में आमंत्रित किया जाए। इस कार्यक्रम की अध्यक्षता के लिए हमारे संयुक्त शिक्षा आयुक्त को निमंत्रित किया जाए।

अंत में, अध्यक्ष महोदय ने सभी सदस्यों के प्रति आभार प्रकट किया और बैठक संपन्न हुई।

हस्ता./-	हस्ता./-
अध्यक्ष	सचिव

प्रश्न-अभ्यास

1. संस्थाओं और कार्यालयों में समिति के गठन का क्या उद्देश्य है?
2. समिति के संयोजक अथवा सचिव के कार्य पर विस्तार से चर्चा कीजिए।
3. कार्यसूची और कार्यवृत्त में अंतर स्पष्ट कीजिए।
4. आप अपने विद्यालय की नाटक-समिति के सचिव हैं। आपको अपने विद्यालय के प्रधानाध्यापक/प्रधानाध्यापिका, सलाहकार और शिक्षकों-शिक्षिकाओं के साथ विद्यालय के नाटक समारोह के लिए एक बैठक करनी है। इस बैठक में विचारणीय बिंदुओं की कार्यसूची तैयार कीजिए।
5. विद्यालय में होने वाले वार्षिक समारोह के लिए आपके विद्यालय के प्रधानाध्यापक/प्रधानाध्यापिका ने एक बैठक आयोजित की। इसमें वार्षिक समारोह के लिए चार-पाँच विषयों पर निर्णय हुए हैं। सचिव की हैसियत से आप इस बैठक का कार्यवृत्त तैयार कीजिए।

7

पारिभाषिक शब्दावली और प्रशासनिक अभिव्यक्तियाँ

ज्ञान-विज्ञान के विभिन्न क्षेत्रों में नित नए शोध और आविष्कार हो रहे हैं। इसमें नई-नई संकल्पनाओं का विकास हो रहा है और नए सिद्धांत उभर रहे हैं। इन संकल्पनाओं और सिद्धांतों को निश्चित अर्थ देने के लिए ऐसे शब्दों की आवश्यकता पड़ती है जिससे विषय के विशेषज्ञ आपस में सुविधापूर्वक विचार-विमर्श कर सकें। ऐसे शब्दों को पारिभाषिक शब्द कहते हैं। पारिभाषिक शब्द अपने-आप में एकार्थी होते हैं। इनके अनेकार्थी होने की संभावना नहीं रहती। इनमें संदिग्धता नहीं होती। एक ही विज्ञान या शास्त्र में इनकी अलग-अलग परिभाषा होती है जिसमें उस विज्ञान या शास्त्र की संकल्पना या सिद्धांत निहित रहता है। इसमें प्रायः सामान्य अर्थ नहीं होता वरन् विशिष्ट विषय का विशिष्ट और निश्चित अर्थ होता है।

पारिभाषिक शब्दावली और प्रशासनिक अभिव्यक्तियों के हिंदी-अंग्रेज़ी रूप नीचे दिए जा रहे हैं –

पारिभाषिक शब्दावली
(हिंदी-अंग्रेज़ी रूप)

आहरण और संवितरण	Drawing and Disbursing
प्रतिनियुक्ति	Deputation
सत्यापित और साक्ष्यांकन	Verified and Attestation

लेखा आपत्तियाँ	Audit objections
लेखाकार	Accountant
लेखाशीर्ष	Head of Account
भविष्य निधि	Provident Fund
संक्षिप्ति	Abbreviation
स्वीकृति	Sanction
जवाबदेही, उत्तरदायित्व	Accountability
पावती	Acknowledgement
अधिनियम	Act
कार्रवाई	Action
तदर्थ	Ad.hoc
शपथपत्र, हलफ़नामा	Affidavit
अभिकरण/एजेंसी	Agency
कार्यसूची	Agenda
विसंगति	Discrepancy
विवरणी	Return
विवेकाधिकार	Discretionary Power
विशेषज्ञ	Specialist, Expert
तुलनपत्र	Balance Sheet
वेतन पत्रक	Pay Roll
भुगतान	Payment
अनंतिम	Provisional
वेतनमान	Payscale
नवीकरण	Renewal
पदावनति	Demotion
मूल्यांकन	Evaluation
समयबद्ध कार्यक्रम	Time Bound Programme

अपरिहार्य	Unavoidable
स्वैच्छिक सेवानिवृत्ति	Voluntary Retirement
निपटान	Disposal
शैक्षणिक	Academic
संकाय	Faculty
संपर्क भाषा	Link Language
सत्यनिष्ठ	Integrity
सामान्य कार्यविधि	General Procedure
स्थानापन्न	Officiating
गुप्त	Secret
गोपनीय	Confidential
प्रशासन	Administration
प्राथमिकता	Priority
प्राधिकार, प्राधिकारी, प्राधिकरण	Authority
करार, अनुबंध	Agreement
मैत्री	Alliance
आवंटन	Allotment
विषमता, असंगति	Anomaly
गुमनाम, अनाम	Anonymous
पूर्व दिनांकित	Antedated
ज़मानत	Bail
जीवन-वृत्त	Biodata
नकद, रोकड़	Cash
दावा	Claim
समाशोधन	Clearance
संहिता	Code
मुआवज़ा, क्षतिपूर्ति	Compensation

जमाकर्त्ता	Depositor
प्रलेखीकरण	Documentation
उन्मूलन	Eradication
सावधि जमा	Fixed Deposit
आवर्ती जमा	Recurring Deposit
मताधिकार	Franchise
प्रेष्य, पानेवाला	Addressee
प्रतिकूल	Adverse
स्थगन	Adjournment
बकाया	Arrears
परिशिष्ट	Appendix
प्रतिबंध	Ban
अंकित मूल्य	Book value
नौकरशाही	Bureaucracy
उप विधि	By-law
संवर्ग	Cadre
लेखन-अशुद्धि	Clerical error
कटौती	Deduction
संलग्नक, अनुलग्नक	Enclosure
प्रविष्टि	Entry
शुद्धि पत्र	Errata
राजपत्र	Gazette
छँटनी	Retrenchment
बीमा	Insurance
सूचीपत्र	Catalogue
निगम	Corporation
घाटा	Deficit

अवमूल्यन	Devaluation
जोखिम	Risk
मूल्य कथन, मूल्य दर सूची	Quotation
रुक्का, हुंडी	Promissory note
व्यापार चिह्न, मार्का	Trademark
व्यावसायिक	Vocational
आश्वस्ति	Warranty
बट्टे खाते डालना	Write off
लाभांश	Dividend
अंतरण	Transfer
सुपुर्दगी	Delivery
स्रोत	Source
उपक्रम	Undertaking
प्रतिभूति	Security
संसाधन	Resource
लेन-देन	Transaction
उच्च प्राथमिकता	High priority
प्रोत्साहन	Incentive
अक्षमता	Incompetence
स्फीति (मुद्रा स्फीति)	Inflation
निर्गम	Issue
पत्रिका	Journal
पत्रकारिता	Journalism
बाल, अल्पवयस्क	Juvenile
एक मुश्त	Lump sum
पांडुलिपि	Manuscript

विपणन	Marketing
उपाय	Measures
कार्यवृत्त	Minutes
कदाचार	Misconduct
गिरवी, रेहन	Mortgage
मिथक/ पुराकथा	Myth
नामित करना	Nominate
नामित व्यक्ति	Nominee
असहमति नोट	Note of dissent
लुप्त, पुराना	Obsolete
आदि शेष, रोकड़ जमा	Opening Balance
अध्यादेश	Ordinance
संगठन	Organisation
दृष्टिचूक	Oversight
समझौता	Pact
संरक्षक	Patron
दंड संहिता	Penal Code
अवलोकन, देखना	Perusal
अग्रणी	Pioneer
उत्तर दिनांकित	Post dated
मरणोपरांत	Posthumous
सार	Precis
प्रश्नावली	Questionaire
वापस बुलाना	Recall
भर्ती	Recruitment
जनमत संग्रह	Refrendum

छूट, रियायत	Relaxation
उपाय, उपचार	Remedy
पारिश्रमिक	Remuneration
प्रतिवेदन, रिपोर्ट	Report
फेरबदल	Reshuffle
राजस्व	Revenue
सुरक्षण, बचाव	Safeguard
छानबीन	Scrutiny
स्मारिका	Souvenier
आर्थिक सहायता	Subsidy
निविदा फार्म	Tender form
कार्यकाल	Tenure
नमूना जाँच	Test check
परम अग्रता	Top priority
परंपरागत	Traditional
लेनदेन, संचालन	Transaction
खज़ांची	Treasurer
त्रिपक्षीय	Tripartite
कुलबिक्री	Turn over
एक-पक्षीय	Unilateral
अवैध क्रिया	Unlawful act
कल्पना-लोक	Utopia
वैधता	Validity
असली, यथार्थ	Virtual
स्वैच्छिक	Voluntary
परिचायिका	Who's Who

साक्षी, गवाह	Witness
कार्यभार	Workload
वार्षिकी, शब्दकोष	Yearbook
अंचल	Zone
आंचलिक	Zonal
अनुमोदन	Approval
मासौदा, प्रारूप	Draft
परिवीक्षा काल	Probation period
स्थायीकरण	Confirmation
अनुशासनिक कार्रवाई	Disciplinary Action
आरोप-पत्र	Charge Sheet
अनापत्ति-प्रमाणपत्र	No objection Certificate
रिक्ति, रिक्त स्थान	Vacancy
पदोन्नति	Promotion
उपदान	Gratuity
अनुस्मारक, स्मरण-पत्र	Reminder
पात्रता	Eligilbility
अंशदान	Subscription
योजना	Scheme
परियोजना	Project
अवर सचिव	Under Secretary
उप सचिव	Deputy Secretary
संयुक्त सचिव	Joint Secretary
निदेशक	Director
संयुक्त निदेशक	Joint Director
उप निदेशक	Deputy Director
लेखा अधिकारी	Accounts Officer
मुख्य लेखाधिकारी	Chief Accounts Officer
परामर्शदाता	Consultant

प्रशासनिक अभिव्यक्तियाँ
(हिंदी-अंग्रेज़ी रूप)

केवल सूचनार्थ	For Information only
आदेशार्थ प्रस्तुत	Submitted for orders
(कृपया) चर्चा करें	Please discuss
मैं सहमत हूँ	I agree
पावती भेजें	Kindly acknowledge
कार्यालय की टिप्पणी से मैं पूरी तरह सहमत हूँ	I fully agree with the office note
आदेश जारी किए जाएँ	Orders may be issued
स्पष्टीकरण माँगा जाए	Explanation may be called for
यह प्रस्ताव बिल्कुल ठीक है	The proposal is quite in order
उत्तर का मसौदा अनुमोदन के लिए प्रस्तुत है	Draft reply is put up for approval
ज़रूरी कार्रवाई कर दी गई है	Needful has been done
मसौदा तदनुसार संशोधित कर दिया गया है	Draft has been amended accordingly
इसे तुरंत माना जाए	This may please be treated as urgent
प्रस्ताव स्वतः स्पष्ट है	The proposal is self explanatory
अपेक्षित कागज़-पत्र नीचे रखे हैं	The required papers are placed below
इस मामले पर अभी तक निर्णय नहीं हुआ है	No decision has so far been taken in this matter

हमें कोई टिप्पणी नहीं करनी है	We have no remarks to offer
यथा-प्रस्तावित कार्रवाई की जाए	Action may be taken as proposed
सभी को दिखाकर फाइल करें	Please circulate and file
इस मामले को अत्यंत प्राथमिकता देने की कृपा करें	Please give top priority to this case
मामला विचाराधीन है/मामले पर विचार हो रहा है	Matter is under consideration
मामले को लंबित रखें	Keep the case pending
इस मामले का तारीखवार सार नीचे रखा है	A chronological summary of the case is placed below
तुरंत अनुस्मारक भेज दें	Please issue reminder urgently
कार्यविधि का कड़ाई से पालन किया जाए	Procedure should be strictly adhered to
मामले की जाँच की जा रही है	Matter is under investigation
जाँच की गई और सही पाया गया	Verified and found correct
केवल कार्यालय उपयोग के लिए	For office use only
स्वीकृति की प्रतीक्षा है	Acceptance is awaited
सद्‌भाव से कार्य करते हुए	Acting in good faith
इस मामले पर पहले कार्रवाई की जा चुकी है	Action has already been taken in the matter
तार से सूचित करें	Advise telegraphically
सर्व संबंधित नोट करें	All concerned should note
अपवाद के रूप में	As an exceptional case

की तुलना में	As compared with
यथासंभव	As far as possible
यथाशीघ्र	As soon as
जहाँ है और जैसा है	As is where is
की ओर ध्यान आकर्षित किया जाता है	Attention is invited to
संदेह लाभ	Benefit of doubt
बजट में व्यवस्था है	Budget provision exists
कारण बताने को कहा जाए	Call upon to show cause
सुलभ संदर्भ के लिए प्रतिलिपि संलग्न	Copy enclosed for ready reference
सेवा से वर्जित	Debarred from service
स्रोत पर कटौती	Deduction at source
विलंब के लिए खेद है	Delay regretted
अनुमोदनार्थ प्रारूप	Draft for approval
विधिवत पालन किया गया	Duly complied
भूलचूक	Errors and omission
अनुवर्ती कार्रवाई	Follow up action
पक्ष और विपक्ष में	For and against
आगे भेजने के लिए	For onward transmission
सहानुभूतिपूर्ण विचार के लिए	For sympathetic consideration
अग्रेषित और संस्तुत	Forwarded and recommended

नियमों द्वारा शासित	Governed by the rules
यदि उचित समझें	If deemed fit
सादर निवेदन है	I have the honour to say
आपके अनुमोदन की प्रत्याशा में	In anticipation of your approval
के बदले में	In lieu of
गुणानुक्रम से	In order of merit
प्राथमिकता के क्रम से	In order of priority
लोकहित में	In public interest
अनुदेश देने का आग्रह करें	Instructions are solicited
कार्रवाई के दौरान	In the course of action
इस बात पर विचार किए बिना	Irrespective of the fact
अनिश्चित काल के लिए स्थगित	Adjourned sine die
आज ही जारी करें	Issue today
प्रस्ताव का औचित्य	Justification for the proposal
चिकित्सा आधार पर छुट्टी	Leave on medical ground
अनुमति दी जाए	May be permitted
के होते हुए भी	Not withstanding
भाड़ा-क्रय आधार पर	On hire-purchase basis
पक्ष-विपक्ष, आगा-पीछा	Pros and cons
पूर्ववर्ती टिप्पणियाँ	Preceding notes
औचित्य का प्रश्न	Question of propriety

पूर्व प्रभाव सहित व्यापी	With retrospective effect
फ़ाइल शीघ्र वापस करने की कृपा करें	Return of file may kindly be expedited
जो लागू न हो उसे काट दें	Score out whichever is not appropriate
सत्यनिष्ठा से प्रतिज्ञान	Solemn affirmation
यथापूर्व स्थिति	Status quo
इस शर्त पर कि	Subject to the condition that
के प्रावधानों के अधीन	Subject to the provisions of
उचित माध्यम से	Through proper channel
जहाँ तक जानकारी और विश्वास है	To the best of knowledge and belief
देख लिया, धन्यवाद	Seen, thanks
विशिष्ट कारण दिया जाए	Specific reason may be given
तत्काल वहीं	Then and there
नज़र चूक जाने से	Through oversight
इस कार्यालय को सूचना देते हुए	Under intimation to this office

प्रश्न-अभ्यास

1. पारिभाषिक शब्द से क्या अभिप्राय है?
2. निम्नलिखित शब्दों के अंग्रेज़ी पर्याय दीजिए -
   कार्रवाई, शपथपत्र, वेतनमान, प्रशासन, गोपनीय, सावधि जमा, शुद्धिपत्र, लाभांश, पत्रकारिता, प्रतिवेदन।

भाग दो

जनसंचार माध्यम और हिंदी

1

जनसंचार माध्यम : परिचय

मनुष्य अकेला नहीं रह सकता। वह लोगों और हलचलों के बीच रहना चाहता है। वह स्वयं को व्यक्त करना चाहता है। वह घटनाओं के बारे में जानना चाहता है और स्वयं भी घटनाओं का निर्माता और केंद्र बनना चाहता है।

वस्तुतः शिशु की पहली किलकारी के साथ मानव-समाज की संचार यात्रा आरंभ होती है। संचार के माध्यम से समाज की विविध आयामी अभिव्यक्तियाँ प्रकट होती हैं। जहाँ यह मानव के भावों, विचारों और बहुमुखी सर्जनात्मक गतिविधियों को एक व्यक्ति से लेकर व्यापक जन समूह तक पहुँचाने का कार्य करता है वहीं यह मानव समाज की भौगोलिक दूरियों को पाटता भी है। संचार माध्यम व्यक्ति को व्यक्ति से, व्यक्ति को समूह से, समूह को राष्ट्र से और राष्ट्र को विश्व-समाज से जोड़ते हैं। इस तरह व्यक्ति और विश्व-समाज एक दूसरे की पूरक भूमिका निभाते हैं। धरती पर मनुष्य के कदम रखने के साथ ही इस भूमिका की शुरुआत हुई और आज तक यह चल रही है। जब तक मानव-समाज जीवित रहेगा तब तक मनुष्य की संचार यात्रा चलती रहेगी। इस यात्रा में नए-नए साथी अर्थात संचार के नए-नए माध्यम शामिल होते रहेंगे और पुराने पीछे छूटते रहेंगे। संक्षेप में, संचार विराट भूमिका और अर्थ वाला शब्द है। घटनाओं और विचारों की जानकारी दूसरे तक पहुँचाना संचार है। यही काम जब अधिकतम लोगों के लिए अर्थात पूरे समाज के लिए किया जाता है तो वह जनसंचार कहलाता है। संचार सीधे विकास से जुड़ा है। वह देश के सामाजिक, आर्थिक और सांस्कृतिक विकास में निर्णायक भूमिका निभाता है। असल में समय के बदलाव की

जानकारी देकर सामाजिक परिवर्तन के लिए लोगों को तैयार करना ही संचार का उद्देश्य है। जनसंचार का इतिहास काफ़ी पुराना है।

आरंभिक काल

मनुष्य और संचार के संबंध समाज की विभिन्न विकास अवस्थाओं के अनुसार विकसित होते रहे हैं। अपने आरंभिक काल में मनुष्य ने विभिन्न सांकेतिक माध्यमों से स्वयं को व्यक्त किया। इसके लिए उसने गुफाओं की दीवारों पर चित्रों को उकेरा। इन चित्रों में उसके वन जीवन, शिकार जीवन, कृषि जीवन और सामूहिक जीवन आदि के अनुभवों की गाथा गूँजती है। देश के विभिन्न वन क्षेत्रों में ऐसे गुफा-चित्र मिलते हैं जिनसे यह ज्ञात होता है कि किस प्रकार मानव ने अपनी संचार यात्रा की शुरुआत की थी। गुफा-चित्र यह भी बतलाते हैं कि मानव और उसका समाज किस प्रकार बदलते गए? मनुष्य ने अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति कैसे की और किस प्रकार के आविष्कार किए? भोपाल के पास स्थित भीमबेटका के गुफा-चित्रों से इसकी गवाही मिलती है। समाज और उत्पादन के साधनों में विकास के साथ-साथ संचार के माध्यमों में भी परिवर्तन होता रहा। जब मानव शिकार जीवन से कृषि जीवन में पहुँचा तो उसका संचार बोध भी पहले से अधिक समृद्ध होने लगा। अब वह रंग, नृत्य, संगीत और कथाओं के माध्यम से अपने को व्यक्त करने लगा। शब्द और लिपि ने संचार यात्रा को नई दिशा एवं नई गति प्रदान की। अब वह संचार के लिए केवल संकेत भाषा पर निर्भर नहीं था। उसके भाव चित्रकारी, भित्ति चित्र, मूर्तिकला आदि के माध्यम से संचारित होने लगे। इनमें नए-नए रंग और भाव उभरने लगे। अजंता-एलोरा की गुफाओं की चित्रकला, आदिवासी नृत्य-संगीत, प्राचीन स्थापत्य कला आदि के माध्यम से मनुष्य की बदलती संचार क्षमता का पता चलता है। संचार के प्रारंभिक माध्यमों में संगीत को संचार के शक्तिशाली माध्यम के रूप में देखा जाता है। यह माध्यम केवल भारत में ही नहीं बल्कि विश्व के सभी हिस्सों में पाया जाता है। संगीत के विभिन्न वाद्ययंत्र मनुष्य के विशिष्ट भावों को व्यक्त करते हैं भारत में संगीत माध्यम की समृद्ध परंपरा रही है। आदिवासी नृत्य-संगीत के

साथ-साथ गैर-आदिवासी नृत्य-संगीत के माध्यम से भारतीय समाज एक दूसरे से जुड़ा रहा है। उदहारण के लिए, कर्नाटक संगीत, हिंदुस्तानी संगीत जैसे माध्यमों ने उत्तर और दक्षिण को जोड़े रखा है। इसी प्रकार भरतनाट्यम्, कुचिपुड़ी, कथक, कथकली, मणिपुरी, ओडिसी, यक्षगान जैसे विविध नृत्यों ने संपूर्ण भारत को भावनात्मक एवं सांस्कृतिक दृष्टि से एकजुट रखा।

भारतीय समाज में संचार के लोक माध्यम भी निरंतर प्रभावशाली भूमिका निभाते आ रहे हैं। ये माध्यम भारतीयों की निर्मल, कल्पनात्मक और सृजनात्मक मेधा के प्रतीक हैं। इन लोक माध्यमों में लोक कथाओं, लोक नृत्य-संगीत, लोक चित्रकारी, लोक जीवन आदि को शामिल किया जाता है। प्रत्येक क्षेत्र के अपने विशिष्ट लोक माध्यम हैं। उदाहरण के लिए, महाराष्ट्र में ओवी और तमाशा, उत्तर प्रदेश में नौटंकी, छत्तीसगढ़ में पंडवाणी, राजस्थान में फड़, उत्तर भारत में कबीर की साखियों आदि को लोक संचार माध्यमों में रखा जा सकता है। इसी प्रकार रामलीला, हरिकथा, कीर्तन, कव्वाली, पल्ला, विल्लापट्टू लावणी, मांच, भवाई जैसे माध्यम भी लोक संचार के ही रूप हैं। कठपुतली, नाच, स्वाँग, बाइस्कोप, खेल-तमाशा जैसे माध्यमों ने भी लोक संचार का अद्‌भुत कार्य किया। लोक शिक्षण के क्षेत्र में आज भी इन पारंपरिक माध्यमों का प्रयोग किया जाता है। ग्रामीण समाजों में ये जन-जागरण के सशक्त माध्यम सिद्‌ध हुए हैं।

शहरी और ग्रामीण समाजों में समान रूप से मनाए जाने वाले विभिन्न प्रकार के राष्ट्रीय एवं क्षेत्रीय उत्सव भी व्यक्तियों, समूहों, समुदायों और क्षेत्रों के मध्य रचनात्मक और प्रभावशाली संचार माध्यमों की भूमिका निभाते आए हैं। इन उत्सवों में होली, दशहरा, दीवाली, ईद, क्रिसमस, पोंगल, गणेश उत्सव, तीज, गणगौर, सरस्वती पूजा, दुर्गा पूजा, संक्रांति, बैसाखी जैसे राष्ट्रीय और क्षेत्रीय त्योहारों को रखा जा सकता है। इस तरह के तीज-त्योहार जहाँ हमारी धार्मिक-सांस्कृतिक भावनाओं को व्यक्त करते हैं वहीं हमारे कृषि-क्रियाकलापों और ऋतुओं के साथ भी गहरा संबंध रखते हैं। आदिवासी समाज में तो प्रत्येक फसल की बुवाई एवं कटाई का आरंभ स्थानीय पर्व से होता है। भारत जैसे कृषि-प्रधान समाज में संचार के इन पारंपरिक माध्यमों ने जहाँ मनुष्य का मनोरंजन किया,

उसके जीवन को संगीतमय बनाया वहीं उसकी चेतना को गति भी प्रदान की। उसे व्यवस्थित और परस्पर सहयोग आधारित जीवन बिताने की दिशा भी दिखाई। एक प्रकार से सामूहिक जीवन का संदेश दिया।

संचार माध्यमों के आधुनिक रूप

समाज के विकास के साथ-साथ संचार की प्रक्रिया भी जटिल, संगठित, औपचारिक और व्यापक होती चली गई। जहाँ सामंती समाज या राजशाही के युग में संचार के माध्यम सरल, अनौपचारिक और लोकमूल्यों पर आधारित हुआ करते थे, वहीं औद्योगिक युग की शुरुआत के साथ संचार माध्यम जटिल होते चले गए, क्योंकि समाज और शासन प्रणाली भी पेचीदा हो गई। नए आविष्कारों ने संचार माध्यमों में क्रांतिकारी परिवर्तन ला दिया। पंद्रहवीं शताब्दी में प्रिंटिंग मशीन के आविष्कार ने मुद्रण माध्यम को जन्म दिया। इसके साथ ही पुस्तकों के मुद्रण और प्रकाशन की शुरुआत हो गई।

संचार माध्यम व्यक्ति और समूह से निकल कर बाज़ार में पहुँच गया। गुटेन बर्ग द्वारा आविष्कृत प्रिंटिंग मशीन के आगमन से पुस्तक प्रकाशन के साथ-साथ अखबार प्रकाशन का सिलसिला भी शुरू हुआ, क्योंकि प्रिंटिंग प्रौद्योगिकी ने संचार माध्यम को नई गति प्रदान की। सत्रहवीं शताब्दी में अखबार अस्तित्व में आया। अखबार के प्रकाशन ने विविध प्रकार की सूचनाओं के आदान-प्रदान को सहज, सुलभ और गति प्रधान बना दिया। उसने जनता के लिए आकांक्षाओं, ज्ञान-विज्ञान, खोज-उद्यम और शासन व्यवस्थाओं के नए-नए द्वार खोल दिए। जनता की कल्पनाशीलता और महत्त्वाकांक्षाओं को पर लगे। वह राजशाही के विकल्प तलाशने लगी। औद्योगिक काल की शुरुआत के साथ प्रेस ने जनता में लोकतंत्र, समानता, स्वतंत्रता और न्याय के बीज बोने आरंभ किए। सारांश यह है कि प्रिंट माध्यम (प्रिंट मीडिया) के उदय ने जनता की दृष्टि को बदल कर रख दिया। समाज के परंपरागत संबंध नए सिरे से गढ़े जाने लगे। अब अखबार जन-जन तक पहुँचने लगा तो नई आर्थिक और राजनीतिक चेतना की धाराएँ फूटने लगीं। समाज में सार्वजनिक सवालों पर बहस का दौर शुरू हुआ। जन विरोधी शासन व्यवस्थाओं को कठघरे में खड़ा किया गया। उन्हें बदला

गया। क्रांतियाँ हुईं। इस काम में पुस्तक और अखबार के मुद्रण माध्यम ने क्रांतिकारी भूमिका निभाई।

अब इसमें कोई विवाद नहीं है कि आधुनिक काल में लोकतंत्र को जीवित और जीवंत रखने के लिए जनसंचार की सक्रियता एवं व्यापकता आवश्यक है। संचार के जन माध्यमों से जनता यह जानती है कि उसके द्‌वारा निर्वाचित जनप्रतिनिधि क्या कर रहे हैं? सरकार की नीतियाँ और योजनाएँ कितनी जनहितवादी हैं और कितनी जनविरोधी? देश की आर्थिक स्थिति कैसी है? किस प्रकार देश-विदेश की घटनाएँ समाज को प्रभावित करती हैं? आधुनिक समाज के सामने कौन सी चुनौतियाँ हैं? इन चुनौतियों का सामना कैसे किया जा रहा है? साफ़ शब्दों में समझा जाए तो आधुनिक जन संचार माध्यमों के अभाव में प्रगति संभव नहीं है। आज प्रत्येक नागरिक और देश आधुनिक संचार माध्यमों से लैस होना चाहते हैं। 'एक नया सूचना समाज' और 'सूचना उच्च मार्ग' संचार क्षितिज पर उभर चुके हैं। घर-घर में सूचना विस्फोट हो चुका है। प्रिंट और इलैक्ट्रॉनिक जन माध्यमों ने व्यक्ति में विश्व नागरिक बनने का स्वप्न अंकुरित कर दिया है।

आधुनिक काल में जनसंचार माध्यमों को निम्न प्रमुख वर्गों में विभाजित किया जा सकता है —

1. **मुद्रण माध्यम (प्रिंट मीडिया)** — इस माध्यम के अंतर्गत मुद्रित पुस्तकों, पत्र-पत्रिकाओं और दूसरे प्रकार की जनोपयोगी मुद्रित सामग्री को रखा जा सकता है। मुद्रण माध्यम को जनसंचार माध्यमों के प्रवर्त्तक के रूप में देखा जा सकता है।
2. **प्रसारण माध्यम अर्थात रेडियो** — यह श्रव्य प्रसारण माध्यम है। आज प्रत्येक देश में यह माध्यम उपलब्ध है। भारत में सर्वत्र इसका जाल बिछा हुआ है। प्रसारण माध्यम के आरंभिक रूपों को टेलीफ़ोन, टेलीग्राफ़, चलती-फिरती एवं स्थिर फ़ोटोग्राफी और साउंड रिकार्डिंग के माध्यम से पहचाना जा सकता है। प्रसारण माध्यम से पहले इन माध्यमों की प्रौद्‌योगिकी अस्तित्व में-आ चुकी थी।

3. **चल-चित्र माध्यम अर्थात फिल्म** – फिल्म माध्यम की शुरुआत 19वीं सदी में हुई। इसने समाज को मनोरंजन का नया साधन प्रदान किया। इसके साथ ही इसने जन-जागरण का भी काम किया। इसने दर्शकों का बाज़ार पैदा किया। 'प्रदर्शन व्यापार' की शुरुआत हुई। फिल्म स्टूडियो और सिनेमाघरों का निर्माण हुआ। आज विश्व में फिल्म निर्माण के दो प्रमुख केंद्र हैं– हॉलीवुड (अमरीका) और बॉलीवुड (भारत)।
4. **रिकार्ड संगीत माध्यम** (रिकार्डेड म्यूज़िक) – इस माध्यम ने युवा वर्ग को काफ़ी मोहित किया है। इसका आविष्कार 1880 के आस-पास हुआ था। इस माध्यम के हाथ-पैर हैं – फ़ोनोग्राम, रिकार्ड प्लेयर, ऑडियो कैसेट प्लेयर, कांपेक्ट डिस्क प्लेयर्स, वी.सी.आर. (वीडियो कैसेट रिकार्डर), केबल आदि। आज यह माध्यम विश्वव्यापी उद्योग का रूप ले चुका है।
5. **नव इलैक्ट्रॉनिक माध्यम अर्थात दूरदर्शन** – दूरसंचार और सूचना तंत्र पर आधारित यह माध्यम जनमत और जन छवि को प्रभावित करने में काफी शक्तिशाली सिद्ध हुआ है। इसकी पहचान टेलीविजन के रूप में की जा सकती है। जिस देश के पास यह इलैक्ट्रॉनिक माध्यम नहीं है उसे पिछड़ा हुआ समझा जाता है। भारत में यह माध्यम 'दूरदर्शन' के रूप में प्रसिद्ध है। पहले टेलीविजन माध्यम सरकारी क्षेत्र तक ही सीमित था। लेकिन पिछले कुछ सालों से निजी क्षेत्र के टीवी चैनल भी मैदान में उतर आए हैं। मुख्य बात यह है कि इस माध्यम ने दुनिया को हमारे घरों में समेट दिया है। आप बिस्तर पर लेटे छोटे परदे पर विश्व दर्शन कर सकते हैं और पल-पल की सूचना प्राप्त कर सकते हैं। आज देश के अतिविशिष्ट व्यक्ति से लेकर सामान्य नागरिक तक सब इसकी पकड़ में हैं। यह माध्यम लोगों के बीच अत्यंत लोकप्रिय है।
6. **इंटरनेट** – यह टेलीविजन के बाद का माध्यम है। कई अर्थों में इसे तेज़ रफ़्तारवाला माध्यम माना जाता है। संचार की दुनिया में इसने काफ़ी हलचल पैदा की है। पत्रकारिता के क्षेत्र में यह स्वतंत्र विधा की शक्ल ले रहा है। आज ऑनलाइन पत्रकारिता, साइबर पत्रकारिता, पोर्टल पत्रकारिता

जैसे शब्द मीडिया क्षेत्र में काफ़ी प्रचलित हो गए हैं। विश्व भर की पत्र-पत्रिकाएँ और प्रसिद्ध पुस्तकें इंटरनेट पर उपलब्ध हैं। लेकिन अभी यह उतना लोकप्रिय नहीं है जितना टेलीविजन और रेडियो है। यह भी इलैक्ट्रॉनिक माध्यम है और कंप्यूटर इसका मुख्य वाहक है।

7. **कनवरजेंस यानी अभिसरण माध्यम**- मीडिया की दुनिया में 'कनवरजेंस मीडिया' शब्द का प्रचलन शुरू हुआ है। इसे आधुनिकतम जनसंचार माध्यम के रूप में देखा जा रहा है। इस माध्यम की विशेषता यह है कि यह कई विविधतापूर्ण माध्यमों का 'पुंज' या 'समायोजन' है। इस माध्यम के सहारे आपके और टेलीविजन के बीच दो तरफा संवाद स्थापित हो सकेगा। आपके कंप्यूटर और मोबाइल फोन में एक साथ कई प्रकार की सुविधाएँ उपलब्ध रहेंगी।

वास्तव में नित नई बदलती हुई प्रौद्योगिकी ने जनसंचार माध्यमों में अनंत संभावनाएँ पैदा कर दी हैं।

प्रश्न-अभ्यास

1. जनसंचार से आप क्या समझते हैं? स्पष्ट कीजिए।
2. संचार और जनसंचार का अंतर स्पष्ट कीजिए।
3. जनसंचार के प्राचीन साधन कौन-कौन से थे?
4. आधुनिक काल के जनसंचार माध्यमों का परिचय दीजिए।
5. जनसंचार के नए इलैक्ट्रॉनिक माध्यम बताइए।
6. इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों में से कौन से माध्यम अधिक लोकप्रिय हैं और क्यों?
7. निम्नलिखित विषयों पर टिप्पणी लिखिए –
   - मुद्रण
   - रेडियो
   - चलचित्र (फ़िल्म)

2

समाचार पत्र का संसार

विश्व के किसी भी कोने में कोई भी घटना घटती है तो उसका वृत्तांत अगले दिन समाचार पत्र के पन्नों पर होता है। अरबों जनसंख्या वाले विश्व की छोटी से छोटी घटनाओं की जानकारी लोगों तक प्रामाणिक ब्यौरे के साथ पहुँचाने वाला अखबार एक प्रकार से मानवता का दैनिक इतिहास दर्ज करता है। लेकिन यह दैनिक इतिहास कौन लिखता है? घटनाओं का वृत्तांत कहाँ से आता है? उसे प्रस्तुत करने के क्या नियम हैं? इन प्रश्नों के उत्तर में ही अखबार की दिलचस्प दुनिया का परिचय छिपा हुआ है। समाचार पत्र का कार्यालय चौबीस घंटे सक्रिय रहता है। जब समूचा संसार सोया रहता है उस समय पत्रकार निर्णायक घटनाओं के वृत्तांत लिख रहे होते हैं या उन्हें संपादित करके छपने के लिए भेज रहे होते हैं।

समाचार पत्र : उद्‌भव और विकास

भारत में पत्रकारिता के उद्‌भव और विकास में देश की राजनैतिक, आर्थिक और सामाजिक परिस्थितियों की महत्त्वपूर्ण भूमिका है। इसलिए हिंदी पत्रकारिता का भी मुख्य स्वर प्रारंभ से ही राष्ट्रीय और सामाजिक रहा है। हिंदी पत्रकारिता जातीय चेतना, युगबोध और आर्थिक तथा सामाजिक स्थितियों के लिए एक साधन का काम कर रही थी। आज यह सूचना प्रचार-प्रसार, सामाजिक और शासकीय व्यवस्था की रक्षा करने अथवा उसके परिवर्तन का उपकरण बन गई है। आज समाचार पत्र और अन्य संचार-माध्यम नीति, व्यवहार, आचरण तथा मानस को प्रभावित कर रहे हैं।

भारत में पहला छापाखाना कलकत्ता (अब कोलकाता) में सन 1755 में स्थापित हुआ। सन 1780 में अंग्रेज़ी में एक गज़ट निकला। सन 1818 में पहला बँगला अखबार *दिग्दर्शन* निकला। कुछ विद्वानों का मत है कि *दिग्दर्शन* हिंदी में भी निकला था। किंतु 30 मई, 1826 को कलकत्ता से प्रथम हिंदी समाचार पत्र *उदंत मार्तंड* प्रकाशित हुआ। बाद में वाराणसी, आगरा, लखनऊ, बंबई (अब मुंबई) और प्रयाग से समाचार पत्र निकलने लगे। सन 1854 में हिंदी का प्रथम दैनिक *समाचार सुधा वर्षण* कलकत्ता से प्रकाशित हुआ जो हिंदी और बँगला दोनों में एक साथ छपता था। सन 1857 के स्वतंत्रता संग्राम में यह समाचार पत्र अंग्रेज़ी शासन के कोप का शिकार हुआ और सन 1868 में बंद हो गया। इसी दौरान *समाचार दर्पण, समाचार चंद्रिका, ज्ञान दीपक, मालवा अखबार, हिंदी प्रदीप, सरस्वती, नवप्रभात, बनारस अखबार, बुंदेलखंड अखबार, भारतमित्र, देवनागरी प्रचारक, हिंदुस्तान* आदि अनेक अखबारों का उद्देश्य सूचना अथवा समाचार के साथ-साथ ज्ञान, जागृति अथवा अपने क्षेत्र और देश का उत्थान भी था। सन 1868 में काशी से भारतेंदु हरिश्चंद्र ने *कविवचन सुधा* का प्रकाशन प्रारंभ किया। यह पत्रिका साहित्यिक होने के साथ-साथ राजनैतिक और सामाजिक सुधार में भी संलग्न थी।

19वीं शताब्दी का अंत और 20वीं शताब्दी का आरंभ हिंदी पत्रकारिता के विकास और विस्तार का काल है। इस काल में राजनीतिक नेतृत्व, पत्रकारिता, सामाजिक सुधार सभी एक साथ हो गए थे। इसमें बाबूराव विष्णु पराड़कर, गणेश शंकर विद्यार्थी, माखनलाल चतुर्वेदी, मुंशी प्रेमचंद, पं. मदन मोहन मालवीय, लाला लाजपत राय आदि राष्ट्रीय नेता और साहित्यकार किसी न किसी अखबार से जुड़े थे। यही कारण है कि उस समय के हिंदी अखबार क्षेत्रवाद, भाषावाद, जातिवाद तथा अन्य संकुचित दायरों से दूर रह कर राष्ट्रीय भावना और राष्ट्रीय एकता के लिए महत्त्वपूर्ण भूमिका निभा रहे थे।

स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद समाचार पत्रों की संख्या में वृद्धि तो हुई किंतु स्वतंत्रता से पूर्व समाचार पत्र का जो एक मिशन, साधना और संघर्ष था उस पर विराम लग गया। अब पत्रकारिता मिशन की अपेक्षा व्यवसाय हो गई है। मुद्रण

प्रौद्योगिकी में क्रांति आई, साथ ही हिंदी पत्रकारिता के सामने नई परिस्थितियाँ और नई चुनौतियाँ भी आईं। *हिंदुस्तान, नवभारत टाइम्स, जनसत्ता, पंजाब केसरी, आज, अमर उजाला, राष्ट्रीय सहारा* आदि समाचार पत्रों से जो अपेक्षाएँ थीं, वह बहुत कम ही पूरी हुईं, लेकिन हिंदी पाठकों की वृद्धि भी हुई है।

समाचार पत्र के विभिन्न अंग

संपादक समाचार पत्र का प्रधान होता है। वह सहायक संपादक, समाचार संपादक, विशेष संवाददाता, संवाददाता तथा उपसंपादक के सहयोग से अपने दिशा निर्देशन में अखबार निकालता है। समाचार पत्र के कार्यालय में अनेक विभाग होते हैं जिन पर अलग-अलग पृष्ठों को प्रस्तुत करने की ज़िम्मेदारी होती है।

अखबार का केंद्र-बिंदु मुख्य डेस्क होता है जिस पर प्रथम पृष्ठ प्रस्तुत करने की ज़िम्मेदारी होती है। समाचार संपादक के निर्देशन में काम करने वाले इस डेस्क का प्रमुख मुख्य उपसंपादक होता है। संवाद समिति, विशेष संवाददाता तथा संवाददाताओं द्वारा दी गई राष्ट्रीय महत्त्व की खबरें समाचार संपादक के माध्यम से इसी डेस्क पर आती हैं। समाचार संपादक खबरों की गुणवत्ता के आधार पर उसकी प्राथमिकता तय करता है और उसे मुख्य उपसंपादक को दे देता है। मुख्य उपसंपादक वे समाचार अपने सहयोगी उपसंपादकों को संपादन के लिए देता है। उपसंपादक खबरों का तथ्य, भाषा और शैली की दृष्टि से संपादन करके उसका शीर्षक लगाता है। मुख्य उपसंपादक इस संपादित खबर को एक बार फिर से देखकर छपने के लिए भेज देता है।

इस सारी प्रक्रिया के केंद्र में है समाचारों की गुणवत्ता की परख अर्थात समाचार क्या है, इसका बोध वह प्रस्थान बिंदु है जहाँ से संपादन की दुनिया शुरू होती है।

समाचार क्या है

समाचार क्या है? इसके बारे में जाने-माने पत्रकारों और विशेषज्ञों ने बार-बार विचार किया है। कुछ विद्वानों का मत है कि पर्याप्त संख्या में लोग जिसे जानना

चाहें वह समाचार है, शर्त यह है कि वह सुरुचि हो तथा प्रतिष्ठा का उल्लंघन न करें। कुछ पत्रकारों का कहना है कि कोई भी घटना जिसमें मुनष्यों की दिलचस्पी हो वह समाचार है। यानी पाठक जिसे जानना चाहते हैं वह समाचार है। मीडिया से जुड़े लोगों की इन परिभाषाओं के आधार पर यह कहा जा सकता है कि अनेक व्यक्तियों की अभिरुचि जिस सामयिक बात में होती है, वह समाचार है। सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है जिसमें बहुसंख्यक लोगों की अधिकतम रुचि हो।

प्रत्येक पत्रकार के लिए समाचार की इन केंद्रीय विशेषताओं की समझ ही समाचार बोध है जिसे 'न्यूज़ सेंस' भी कहते हैं। दूसरे शब्दों में, समाचार बोध ही है जिसके आधार पर समाचार संपादक, मुख्य उपसंपादक या उपसंपादक खबर की प्राथमिकता, उसकी लंबाई या उसका स्वरूप तय करता है। समाचार पत्र के मुख्य डेस्क पर विविध प्रकार के समाचार आते रहते हैं और समाचार बोध के आधार पर उनके प्रकाशन का स्थान और स्वरूप तय होता रहता है। इस मुख्य डेस्क से जुड़े समाचार संपादक, विशेष संवाददाता, मुख्य उपसंपादक और उपसंपादक के विशेष दायित्व को समझना ज़रूरी है।

समाचार संपादक

समाचार संपादक विभिन्न डेस्कों द्वारा चयन किए गए समाचारों के लिए ज़िम्मेदार होता है। संपादकीय और फ़ीचर के पृष्ठ छोड़ दें तो वह प्रत्येक पृष्ठ की सामग्री के बीच समन्वय का काम करता है। संभावित खबरों पर उसकी निगाह होती है। विशेष संवाददाता द्वारा दी गई खबरों तथा संवाद समिति की खबरों के समन्वय पर भी वह निर्णय लेता है। मुख्यतः प्रथम पृष्ठ पर दी जाने वाली खबरों और चित्रों का चयन करता है। वह पहले पृष्ठ के मुख्य समाचार के शीर्षकों पर भी निगाह रखता है। उसकी कुछ प्रशासकीय ज़िम्मेदारियाँ भी हैं। वह विभिन्न पालियों में उपसंपादकों की ड्यूटी लगाता है। संस्करण समय पर छपने के लिए चला जाए यह सुनिश्चित करना समाचार संपादक का ही काम है।

विशेष संवाददाता

नियमित या नेमी (रुटीन) खबरों से अलग विशेष समाचार लाने के लिए अखबारों में विशेष संवाददाता होते हैं। केंद्र सरकार के मंत्रालयों और विभिन्न राज्यों की

निर्णायक गतिविधियों की खबरें लाना मुख्यतः विशेष संवाददाता की ज़िम्मेदारी होती है।

संसद के समाचार भी सामान्यतः विशेष संवाददाता ही लिखता है। अखबारों में समाचार ब्यूरो होता है जिसके अंतर्गत विशेष संवाददाता काम करते हैं। ब्यूरो का प्रधान ब्यूरो प्रमुख कहलाता है। ब्यूरो प्रमुख विशेष संवाददाता को समाचार लाने का काम सौंपता है। विशेष संवाददाता खबर लिख लेने के बाद ब्यूरो चीफ़ को सौंपता है। ब्यूरो चीफ़ उसका निरीक्षण करके उसे समाचार संपादक के पास भेज देता है। समाचार का निरीक्षण करते हुए ब्यूरो चीफ़ यह भी तय करता है कि खबर के ऊपर विशेष सवांददाता का नाम अर्थात 'बाईलाइन' लगेगी या नहीं। समाचार संपादक ब्यूरो चीफ़ द्वारा भेजी गई विशेष संवाददाता की खबर को मुख्य डेस्क पर संपादन और प्रकाशन के लिए भेज देता है।

समाचार समितियों, विशेष संवाददाताओं तथा संवाददाताओं की विशेष खबरें मुख्य डेस्क पर आती हैं और मुख्य उपसंपादक के निर्देशन में उपसंपादक उनका संपादन करते हैं। मुख्य उपसंपादक, उपसंपादक को समाचार छाँट कर देता है और समाचार संपादित हो जाने के बाद उनका शीर्षक और भाषा जाँच कर छपने के लिए भेज देता है।

संपादन के नियम

उपसंपादक को समाचारों का संपादन करते हुए कुछ नियमों का पालन करना होता है तथा अनेक प्रकार की सावधानियाँ बरतनी होती हैं। उपसंपादक को सबसे अधिक समाचार की स्पष्टता और भाषा की सरलता पर ध्यान देना पड़ता है। खबर इस तरह लिखी जाए कि उसे समझने में एक आम आदमी को भी कोई कठिनाई न हो। यह उद्देश्य हमेशा उसके सामने रहता है। खबर की स्पष्टता के लिए वह प्रत्येक खबर में छह प्रश्नों का उत्तर देने की कोशिश करता है। इसे अखबार की दुनिया में 'छह ककार' कहा जाता है। समाचार लेखन में इन छह ककारों का बहुत अधिक महत्त्व है। ये छह ककार हैं — क्या, कब, कहाँ, क्यों, कौन और कैसे? पाठक खबर में क्रम से इन प्रश्नों का उत्तर पाना चाहता

है। जब तक किसी खबर में इन ककारों का उत्तर नहीं होगा तब तक उस खबर को संपूर्ण नहीं कहा जा सकता। किसी भी खबर में घटना का वृत्तांत लिखने का क्रम इस प्रकार होता है: क्या घटना हुई? कब हुई? कहाँ हुई? क्यों हुई? कौन उसमें शामिल था? अंत में घटना कैसे घटी? एक उदाहरण से यह बात स्पष्ट हो जाएगी –

मुज़फ़्फ़रपुर, 23 दिसंबर। वैशाली एक्सप्रेस के तीन डिब्बे पटरी से उतर गए जिससे 30 यात्री बुरी तरह घायल हो गए हैं। दुर्घटना दिन में एक बजे रामदयाल नगर स्टेशन के पास हुई। घने कुहरे की वजह से ड्राइवर को सिगनल के संकेत का पता नहीं चला था। घायलों में दस महिलाएँ और बारह बच्चे हैं। घायलों को नगर के सदर अस्पताल में भर्ती करा दिया गया है।

रेलवे प्रवक्ता ने बताया कि धुंध में सिगनल का संकेत न देखकर ड्राइवर ने अतिरिक्त सावधानी बरतते हुए गाड़ी रोकने की पूरी कोशिश की। इसके बावजूद तीन डिब्बे पटरी से उतर गए। इसी स्टेशन के पास पिछले साल भी कुहरे की वजह से एक भारी रेल दुर्घटना होते-होते बची थी। उस समय पटरी पर किसी असामाजिक तत्व ने बड़े पत्थर रख दिए थे जिसे ट्रेन का ड्राइवर दूर से नहीं देख पाया था। ...

इस खबर का पहला हिस्सा ध्यान से पढ़ें तो उसमें छहों ककारों अर्थात क्या, कब, कहाँ, क्यों, कौन और कैसे का उत्तर मिल जाएगा। रेल दुर्घटना, 23 दिसंबर से एक दिन पहले,रामदयाल नगर स्टेशन, महिलाएँ और बच्चे घायल, धुंध में सिगनल का संकेत न देखना। इस संबंध में कुछ बातों पर विशेष ध्यान दिया जाता है । इनमें आमुख, शीर्षक और लीड प्रमुख हैं।

आमुख – समाचार के उस आरंभिक भाग को ही आमुख कहते हैं जिसमें अधिकतम ककारों का उत्तर होता है। आमुख को पढ़कर एक नज़र में पूरी खबर की झलक मिल जाती है। खबर में आमुख सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण होता है। आमुख इतनी कुशलता के साथ लिखा जाना चाहिए कि अगर आमुख के बाद

के हिस्से खबर में न भी छप पाएँ तो भी पाठक को खबर के सार का पता चल जाए। आमतौर से आमुख चार से पाँच पंक्तियों का लिखा जाना चाहिए।

आमुख को अंग्रेज़ी में इंट्रोडक्शन कहते हैं। अखबार की दुनिया में उसका संक्षिप्त रूप 'इंट्रो' है। इसे कुछ लोग मुखड़ा भी कहते हैं। असल में समाचार का केंद्र-बिंदु यह 'इंट्रो' या आमुख ही है। खबर की विषय-वस्तु को ध्यान में रखते हुए अनेक प्रकार के आमुख लिखने की परंपरा है लेकिन उनमें तथ्यात्मक और भावनात्मक आमुख प्रमुख हैं। आमतौर पर तो छह ककारों के आधार पर तथ्यात्मक आमुख लिखे जाते हैं लेकिन अगर खबर में गहरी संवेदनात्मकता है तो भावनात्मक आमुख भी लिखा जाता है। जैसे श्रीमती गांधी की मृत्यु पर राजस्थान पत्रिका (4 नवंबर 1984) के समाचार में तथ्यात्मक आमुख था –

> ***नई दिल्ली, 3 नवंबर। श्रीमती इंदिरा गांधी जो 16 वर्ष तक देश की भाग्य-विधाता रहीं, उनका आज यमुना के किनारे वैदिक मंत्रोच्चार के साथ अंतिम संस्कार कर दिया गया।***

नवभारत टाइम्स ने श्रीमती गांधी के निधन का भावात्मक आमुख बनाया –

> ***नई दिल्ली। मर्माहत देश ने भरे हुए दिल और छलकती आँखों से अपनी लोकप्रिय नेता को अलविदा कहा।***

शीर्षक – आमुख के आधार पर ही समाचार का शीर्षक बनाते हैं। शीर्षक खबर की जान होती है। वह समाचार का केंद्र-बिंदु है, जो उसके सार को प्रभावी ढंग से प्रकट करता है। जैसे – ऊपर वैशाली एक्सप्रेस के पटरी पर से उतरने वाली खबर का तथ्यात्मक शीर्षक हो सकता है –

> ***वैशाली एक्सप्रेस पटरी से उतरी***
> ***30 घायल***

इस शीर्षक से पूरी खबर के सार का पता चल जाता है।

अच्छे शीर्षक की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि वह बोलचाल की भाषा में हो। मुहावरे का प्रयोग उसे और आकर्षक बना देता है। संक्षिप्तता उसका बहुत बड़ा गुण है। शीर्षक की लंबाई इस बात पर निर्भर करती है कि समाचार कितना बड़ा है और उसने कितनी जगह घेरी है।

लीड – विभिन्न खबरों को संपादित करने के बाद समाचार संपादक के विमर्श से मुख्य उपसंपादक यह तय करता है कि अखबार के पहले पन्ने पर कौन-से समाचार सबसे प्रमुख अथवा 'लीड' होंगे। ऐसी खबर को लीड बनाते हैं जो राष्ट्रीय जीवन में घटने वाली घटनाओं की परंपरा में नई हो तथा जिसमें ज़्यादा से ज़्यादा लोगों की रुचि हो। समाचार पत्र के पहले पन्ने पर फ़ोटो चयन भी अनेक बार लीड से जुड़ा हुआ होता है। अखबार में छपने वाले चित्र अखबार का फ़ोटो विभाग देता है। बड़े अखबारों का अपना फ़ोटो विभाग होता है जिसमें अनेक फ़ोटोग्राफर होते हैं। पहले पन्ने पर ही ज़्यादातर अखबार कार्टून भी छापते हैं। कार्टून में तात्कालिक राजनैतिक-सामाजिक स्थिति पर व्यंग्य होता है।

अखबार के प्रथम पृष्ठ के बाद नगर या महानगर का पन्ना होता है। उसमें जहाँ से अखबार निकलता है उस नगर या महानगर की ही खबरें होती हैं। अगर महानगर काफ़ी बड़ा है तो उसके विभिन्न हिस्सों के लिए अब अलग-अलग संस्करण भी निकलने लगे हैं। महानगर पृष्ठ मूलतः संवाददाता की खबरों के आधार पर निकलता है। अखबार में एक नगर या महानगर डेस्क होता है। उसका प्रधान मुख्य संवाददाता होता है। संवाददाता मुख्य संवाददाता के निर्देशन में काम करता है। एक अच्छे संवाददाता की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि वह जनजीवन से जुड़ी ऐसी खबरें लाता है जिनसे अधिक से अधिक लोगों का जीवन जुड़ा होता है। इन संवाददाताओं के कार्यक्षेत्र बँटे होते हैं। कोई राजनैतिक खबरें लाता है तो किसी के ज़िम्मे अपराध-क्षेत्र की खबरें होती हैं। कोई शिक्षा-क्षेत्र का समाचार लाता है तो कोई नगर निगम या महानगर पालिका की खबरें प्रस्तुत करता है।

समाचार के प्रमुख स्रोत

समाचार प्राप्त करने के अनेक स्रोत हैं। इनमें प्रमुख हैं : मंत्रालय, अस्पताल, पुलिस मुख्यालय, प्रेस विज्ञप्ति तथा संवाद समितियाँ। इसके अलावा विभिन्न आयोजनों के प्रमुख संवाददाता सम्मेलन करके समाचार की जानकारी देते हैं।

संवाददाता सम्मेलन

सरकार के प्रमुख मंत्रालय, राजनैतिक दल, पुलिस आयुक्त तथा विभिन्न संस्थाओं के प्रधान प्रेस सम्मेलन का आयोजन करते हैं जिनमें ये खबरें देने के लिए संवाददाताओं को बुलाते हैं। संवाददाता उनकी बातें सुनता है। प्रश्न पूछता है और उनके उत्तर के आधार पर खबर बनाता है।

संवाद समितियाँ

समाचार की तुलना में समाचार इकट्ठा करने के लिए संवाद समितियों का जाल ज़्यादा फैला हुआ हैं। जो महत्त्वपूर्ण खबरें संवाददाताओं से छूट जाती हैं उसे संवाद समितियों से ले लिया जाता है। हमारे देश में *यूनीवार्ता* और *भाषा* हिंदी की दो प्रमुख समाचार समितियाँ हैं। अंग्रेज़ी में *यूनाइटेड न्यूज़ ऑफ इंडिया (यू.एन.आई.)* तथा *प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (पी.टी.आई.)* है। आमतौर पर हिंदी अखबार इन चारों समितियों की सेवाएं लेते हैं।

महानगर या नगर के पन्ने पर आमतौर पर स्थानीय जन जीवन की धड़कन दर्ज होती है। पानी-बिजली के बारे में आवश्यक सूचनाएँ तथा शहर में आज होने वाली घटनाओं की सूचना भी होती है। महानगर के बाद कुछ अखबार अंतरराष्ट्रीय खबरों का विशेष पन्ना देते हैं। इनके लिए अलग डेस्क होता है जो विदेशों में नियुक्त अपने संवाददाता और संवाद समितियों के आधार पर पृष्ठ का निर्माण करते हैं। कुछ अखबार देश के विभिन्न भागों से आने वाली खबरों को अधिक महत्त्व देते हैं और उनके लिए अलग से पृष्ठ का निर्माण करते हैं। इसके लिए अखबार में एक प्रादेशिक डेस्क होता है। इस डेस्क पर देश के प्रमुख शहरों में नियुक्त संवाददाताओं की खबरें आती हैं और उनका संपादन किया जाता है।

संपादकीय पृष्ठ

प्रादेशिक पृष्ठ के बाद संपादकीय पृष्ठ होता है। यों तो पूरा समाचार पत्र ही प्रधान संपादक के निर्देशन में निकलता है लेकिन संपादकीय पृष्ठ से वह सीधे जुड़ा

होता है। दोपहर को अखबार के कार्यालय में आते ही वह सहायक संपादकों के साथ बैठक करता है। इस बैठक में वह देश-विदेश की ताज़ा घटनाओं का विश्लेषण करते हुए संपादकीय के विषय तय करता है। अखबार की नीतियों को ध्यान में रखते हुए अखबार के संपादक को उसका स्वरूप निर्धारित करना पड़ता है। लेकिन एक अच्छा संपादक तमाम दबावों के बावजूद जनहित के पक्ष में अखबार का संपादन करता है। वही आम पाठक की विविध रुचियों का खयाल रखते हुए उन्हें विश्व की नई से नई सूचनाओं और विचारों से समृद्ध करता है। संपादकीय बैठक में संपादकीय विषय तय हो जाने के बाद संपादक उन्हें विभिन्न सहायक संपादकों से लिखने के लिए कहता है।

संपादकीय

संपादकीय पिछले दिन घटी हुई प्रमुख राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय घटनाओं पर वैचारिक टिप्पणी होती है। उसमें घटनाओं के मर्म का विश्लेषण करते हुए उसके आगामी प्रभाव का विवेचन किया जाता है। आमतौर पर अखबारों में तीन संपादकीय दिए जाते हैं। राष्ट्रीय, अंतरराष्ट्रीय विषय के साथ ही पाठकों के मनोरंजन के लिए इन दिनों एक हलका-फुलका विषय भी लिया जाने लगा है। अखबार के संपादकीय पृष्ठ पर संपादकीय के अलावा किसी तात्कालिक विषय पर प्रमुख लेख प्रकाशित किया जाता है। इसी पन्ने पर पाठकों के पत्र भी होते हैं जिनमें जन भावनाओं की अभिव्यक्ति होती है। इस कॉलम को काफ़ी महत्त्व दिया जाता है क्योंकि इसके माध्यम से पाठकों से सीधा संवाद होता है। किसी भी समाचार पत्र को जीवंत बनाने के लिए संवाद अत्यावश्यक है।

फ़ीचर

संपादकीय पृष्ठ के बाद या अखबार के अंतिम पृष्ठ पर आजकल फ़ीचर का एक पूरा पृष्ठ प्रकाशित करने की परंपरा है। इस पृष्ठ पर किसी एक विषय से संबंधित सामग्री होती है जैसे — बालवाड़ी, नारी जगत; फ़िल्म; कला, पुस्तकें आदि। कुछ अखबार आधुनिक रुचि को ध्यान में रखते हुए फ़ैशन-फ़िल्म-मनोरंजन के विविध पहलुओं से जुड़ी सामग्री के आधार पर रोज़ एक पूरा पृष्ठ

निकालते हैं। इधर कुछ अखबार हफ़्ते में दो या तीन दिन चार पन्नों का अलग से रंगीन फ़ीचर पृष्ठ भी निकालने लगे हैं। अब तो फ़ीचर की प्रधानता इतनी बढ़ गई है कि अखबार के पहले पन्ने पर नई जानकारी से संबंधित फ़ीचर नियमित रूप से दिया जाने लगा है। 'फ़ीचर' शब्द अंग्रेज़ी का है। इसका शाब्दिक अर्थ है आकृति, रूपरेखा लक्षण या विशेषता आदि। लेकिन अखबार में फ़ीचर से तात्पर्य रोचक विषय पर मनोरंजक शैली में लिखे आलेखों से है। रोचक शैली में किसी भी विषय की रूपरेखा का विवेचन ही फ़ीचर है। इसमें तथ्य के साथ ही भावना का भी समन्वय होता है।

रिपोर्ताज

रिपोर्ताज भी फ़ीचर का समानधर्मी है। समाचार के तथ्यात्मक अनुशासन को प्रमुखता न देकर जब किसी भी रिपोर्ट में भावनात्मकता और एंद्रिकता को प्रमुखता दी जाती है तब वह रिपोर्ताज कहलाता है। हिंदी में फणीश्वरनाथ रेणु द्वारा लिखा गया बाढ़ और सूखे का वृत्तांत श्रेष्ठ रिपोर्ताज का उदाहरण है।

साक्षात्कार

फ़ीचर पृष्ठ पर साक्षात्कार प्रमुखता से छापा जाता है। कुछ अखबारों में तो पूरा पृष्ठ साक्षात्कार आधारित सामग्री से भरा होता है। पाठक साक्षात्कार को पढ़ना अधिक पसंद करते हैं क्योंकि उन्हें महत्त्वपूर्ण व्यक्तियों से सीधे मिलने का सुख प्राप्त होता है। साक्षात्कार मूलतः तीन प्रकार का होता है। पहला तो सीधे-सीधे प्रश्नोत्तर होता है। दूसरे प्रकार के साक्षात्कार में बातचीत के आधार पर आलेख तैयार होता है। तीसरे प्रकार का साक्षात्कार फ़ीचर, रिपोर्ताज और प्रश्नोत्तर का मिश्रण होता है। साक्षात्कार का यह रूप साहित्य के स्तर का होता है। इसका स्थायी महत्त्व है। इससे हम न सिर्फ़ संबद्ध व्यक्ति के विचारों से अवगत होते हैं, बल्कि उसके परिवेश और व्यक्तित्व की विशेषताओं से भी साक्षात्कार करते हैं। इसका कारण है साक्षात्कार की इस शैली का स्वरूप। इसमें साक्षात्कार देने वाले आदमी के व्यक्तित्व का चित्रण भी होता है। *नवभारत टाइम्स* में कुछ वर्ष पूर्व उसके प्रथम पृष्ठ पर अटल बिहारी वाजपेयी, शिवराज पाटिल, मुरली मनोहर जोशी और इंद्रजीत गुप्त के ऐसे ही साक्षात्कार प्रकाशित हुए थे।

फ़ीचर पृष्ठ की तरह ही समाचार पत्र के अंतिम दो पृष्ठ भी अत्यंत महत्त्वपूर्ण हैं। ये पृष्ठ व्यापार और खेल के हैं। व्यापार पृष्ठ पर वाणिज्य जगत की विस्तृत खबरें होती हैं। शेयरों की जानकारी दी जाती है। मंडियों के भाव बताए जाते हैं। इसी तरह खेल पृष्ठ पर खेल जगत की विस्तृत खबरें और खिलाड़ियों के आकर्षक चित्र प्रकाशित किए जाते हैं।

जनसंपर्क और विज्ञापन

समाचार पत्र का पूरा परिचय तब तक अधूरा है जब तक विज्ञापन और जनसंपर्क का परिचय न दे दिया जाए। आधे से अधिक अखबार विज्ञापनों से भरा होता है। सर्वाधिक पत्रकार सम्मेलन जनसंपर्क के लिए ही किए जाते हैं। जनसंपर्क से तात्पर्य ऐसे प्रयासों से है जिसके द्वारा कोई व्यक्ति या संस्था अपने पक्ष में वातावरण तैयार करती है। राजनैतिक दल सभा और सम्मेलनों तथा अनुकूल समाचारों के प्रकाशन के द्वारा जनसंपर्क को अंजाम देते हैं। व्यावसायिक कंपनियाँ भी अपने उत्पादों के गुणों का बखान करने वाले आलेखों से बिक्री के अनुकूल वातावरण तैयार करती हैं। जनसंपर्क की विशेषता यह है कि इसमें बिना विज्ञापन के जनमत को अपने प्रति उदार बनाने की कोशिश की जाती है।

उत्पाद की अधिकतम बिक्री के लिए लोगों तक उसकी विशेषताओं को संचार माध्यमों के द्वारा पहुँचाना ही विज्ञापन है। आजकल संचार के अधिकांश माध्यमों पर विज्ञापनों का वर्चस्व है। चाहे अखबार हों या टी.वी. चैनल, सब में विज्ञापनों की भरमार है। यह इन माध्यमों की आमदनी का सबसे बड़ा ज़रिया है क्योंकि उत्पाद के निर्माता अपनी सामग्री के परिचय को विज्ञापन के रूप में प्रकाशित या प्रसारित करने के लिए पर्याप्त शुल्क अदा करते हैं। विज्ञापन से होने वाली आमदनी के कारण ही आज 20 रुपए की लागत से तैयार होने वाले अखबार 2 रुपए में बेचे जा रहे हैं। विज्ञापन की प्रमुखता के कारण ही आज कहा जा रहा है कि अखबार मूलतः विज्ञापनों के संकलन हो गए हैं। विज्ञापन की यह स्थिति उसके महत्त्व का परिचायक है। हालाँकि प्रेस आयोग की संस्तुति है कि पठनीय सामग्री और विज्ञापन का अनुपात 60 और 40 का होना चाहिए।

विज्ञापन लिखना या दिखाना भी एक कला है। अच्छे विज्ञापन में तत्काल ध्यान खींचने की क्षमता होती है। विज्ञापन की प्रस्तुति में मौलिकता होनी चाहिए। विज्ञापन विशेष और सामान्य सबके लिए समान रूप से प्रभावी हो। उत्पाद की विशेषताएँ तर्कपूर्ण ढंग से बताई जानी चाहिए। विज्ञापन ऐसा होना चाहिए कि उसमें सुरुचि हो और उसकी मनोरमता उपभोक्ता के मन को छू ले। उसे इतना आकर्षित कर ले कि वह उत्पाद खरीदने में रुचि लेने लगे। लेकिन स्तरहीन वस्तुओं का प्रशंसात्मक विज्ञापन अनैतिक है। इसलिए समाचार पत्र प्रायः अरुचि और भ्रम फैलानेवाले विज्ञापनों का प्रकाशन नहीं करते।

प्रश्न-अभ्यास

1. समाचार पत्र को मानवता का दैनिक इतिहास क्यों कहा जाता है?
2. समाचार पत्रों के उद्भव और विकास का संक्षिप्त परिचय दीजिए।
3. प्रधान संपादक किन की सहायता से समाचार पत्र निकालता है?
4. 'न्यूज़ सेंस' (समाचार बोध) से आप क्या समझते हैं?
5. खबर की संपूर्णता का अर्थ स्पष्ट कीजिए।
6. समाचार में आमुख का क्या महत्त्व है?
7. 'शीर्षक खबर की जान होती है।' कैसे?
8. समाचार के प्रमुख स्रोतों की जानकारी दीजिए।
9. 'एक अच्छा संपादक जनहित का रक्षक होता है'-- संपादक के गुण बताते हुए इस कथन को स्पष्ट कीजिए।
10. फ़ीचर का सामान्य परिचय देते हुए उसका महत्त्व स्पष्ट कीजिए।
11. पाठक को अखबार कम कीमत में उपलब्ध कैसे हो रहा है?
12. निम्नलिखित में अंतर स्पष्ट कीजिए --
    - ❑ समाचार संपादक तथा उपसंपादक
    - ❑ महानगर पृष्ठ और संपादकीय पृष्ठ
    - ❑ संवाददाता सम्मेलन तथा संवाद समितियाँ

13. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए —

- ❑ ब्यूरो चीफ़
- ❑ विशेष संवाददाता
- ❑ लीड
- ❑ रिपोर्ताज
- ❑ साक्षात्कार

3

रेडियो की दुनिया

समाचार प्रिंट मिडिया या जनसंचार का मुद्रित माध्यम है जबकि रेडियो और टेलीविजन जनसंचार के प्रमुख इलैक्ट्रॉनिक माध्यम हैं। ये दोनों माध्यम जन-जन तक सूचना, शिक्षा और मनोरंजन पहुँचाते हैं। इनके द्वारा घर बैठे ही संसार के कोने-कोने में घट रही घटनाओं की जानकारी तुरंत प्राप्त हो जाती है।

रेडियो : अर्थ और स्वरूप

रेडियो सस्ता, सुलभ और सुविधाजनक श्रव्य माध्यम है। इसे कोई कहीं भी किसी भी स्थिति में सुन सकता है। नेत्रहीनों के लिए तो यह वरदान है। सूचना क्रांति के इस युग में रेडियो ही उनका एकमात्र सहारा है जिसके सहारे वे विश्व से अपने आपको जोड़ पाते हैं। जहाँ बिजली नहीं है वहाँ भी रेडियो सुना जा सकता है। खेत की मेड़ पर रखकर इसे किसान सुन सकता है, रसोई घर में काम करती गृहिणी सुन सकती है, साइकिल चलाता व्यक्ति सुन सकता है। यानी रेडियो हर समय, हर जगह और हर कोई सुन सकता है।

आमतौर पर 'रेडियो' शब्द का प्रयोग रेडियो सेट के लिए किया जाता है। रेडियो उस यंत्र का नाम है जो रेडियो-संकेतों को प्राप्त कर श्रोताओं तक पहुँचाता है। अमेरिका में पहले इसे रेडियो टेलीग्राफ़ कहते थे। बाद में इसे रेडियो कहा जाने लगा।

रेडियो शब्द की उत्पत्ति लैटिन भाषा के शब्द 'रेडियस' से हुई है जिसका तात्पर्य उस किरण या प्रकाश स्तंभ से है जो आकाश में विद्युत चुंबकीय तरंगों

द्वारा फैलती है। इन्हीं तरंगों के ज़रिए ध्वनि को एक जगह से दूसरी जगह भेजा जाता है। इन तरंगों की खोज 1886 ई. में जर्मन वैज्ञानिक हेनरिच हट्ज़ें ने की थी इसीलिए विद्युत तरंगों की गति को मापने के लिए किलोहट्र्ज़, मेगाहट्र्ज़ का इस्तेमाल होता है। इसे दर्शाने के लिए ही रेडियो सेटों पर KHZ (किलोहट्र्ज़), MHZ (मेगाहट्र्ज़) आदि संकेत लिखे होते हैं।

रेडियो : उद्भव और विकास

हट्र्ज़ ने विद्युत तरंगों की खोज तो अवश्य की थी परंतु उन्हें इसका अनुमान नहीं था कि इसका उपयोग दूर संचार के लिए भी किया जा सकता है। 1891 ई. में यह काम कर दिखाया गुगलियो मार्कोनी ने। उन्होंने इंग्लैंड के कार्नवाल इलाके के पोलधू नामक स्थान से अटलांटिक महासागर के पार कनाडा के न्यूफाउंडलैंड में स्थित सेंट जॉन्स से भेजी गई आवाज़ को सुनने तथा अपनी बात दूसरी तरफ पहुँचाने में सफलता प्राप्त की ।

इंग्लैंड में पहला रेडियो कार्यक्रम 23 फ़रवरी 1920 को प्रसारित किया गया। 1928 ई. में ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग सर्विस (बी.बी.सी.) की स्थापना हुई। 1947 ई. में तीन अमेरिकन वैज्ञानिक राकले, ब्राटेन तथा बार्डिन ने ट्रांज़िस्टर का आविष्कार कर इसे जनसाधारण का माध्यम बना दिया।

भारत में भी रेडियो के पहुँचने में बहुत देर नहीं हुई। सन 1921 में टाइम्स ऑफ इंडिया तथा डाक तार विभाग के संयुक्त प्रयास से मुंबई (बंबई) से एक कार्यक्रम प्रसारित किया गया जिसे गवर्नर ने पुणे में सुना। 1924 ई. में कुछ लोगों ने मिलकर मद्रास में प्रेसीडेंसी रेडियो क्लब की स्थापना की। 23 जुलाई 1926 को इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी ने प्रसारण आरंभ किया। सन 1936 में इसका नाम बदलकर ऑल इंडिया रेडियो रख दिया गया। आज़ादी के बाद सन 1957 में इसका नाम **आकाशवाणी** हो गया। इस शब्द का प्रयोग सबसे पहले मैसूर के प्रो. गोपालस्वामी ने अपने प्रसारण केंद्र के लिए किया था। आज भारत में आकाशवाणी की चार प्रमुख सेवाएँ हैं: राष्ट्रीय प्रसारण, विविध भारती, विदेशी सेवा और एफ.एम. सेवा। हैम रेडियो एक प्रकार की निजी रेडियो सेवा है जिससे एक खास दूरी के भीतर संदेश प्रचारित-प्रसारित किए जाते हैं।

रेडियो की विशिष्टताएँ

रेडियो के लिए आलेख लेखन से पहले माध्यम के रूप में इसकी विशिष्टता को जानना ज़रूरी है। रेडियो की विशेषता यह है कि यह श्रव्य माध्यम है। इसमें जो कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं उन्हें सुना जा सकता है, देखा नहीं जा सकता। इसीलिए इसे 'दृश्यहीन माध्यम' भी कहा जाता है जिसके 'संदेशों' को सुनकर ही ग्रहण किया जा सकता है। श्रव्य होने के कारण रेडियो से प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों की प्रस्तुति और भाषा को इसी के अनुरूप ढालना पड़ता है। इसीलिए रेडियो में बोलचाल की भाषा पर ज़ोर दिया जाता है। सरल भाषा का प्रयोग रेडियो के लिए अत्यंत आवश्यक है।

श्रोताओं की कल्पना-शक्ति का उपयोग – रेडियो श्रोताओं की कल्पना-शक्ति को साथ लेकर चलता है। रेडियो में सब कुछ सुनकर समझा जाता है। श्रोता अपनी कल्पना-शक्ति के सहारे दृश्य बनाता है। यदि किसी राजा या राजदरबार का वर्णन किया जाता है तो श्रोता अपनी कल्पना के अनुसार उसकी वेशभूषा, आकार, भव्यता आदि के दृश्य अपने मन में बनाता है। रेडियो के लिए लिखते समय श्रोताओं की इस कल्पना-शक्ति का उपयोग करना चाहिए।

सामयिकता का बोध – रेडियो वर्तमान का माध्यम है। इसलिए इसके लिए लिखा जाने वाला आलेख भी उसके प्रवाह में बहता दिखाई देना चाहिए। रेडियो प्रसारण में श्रोताओं को वर्तमान का बोध कराया जाता है और यह आभास दिलाया जाता है कि जैसे सब कुछ उसी समय बताया जा रहा है, हालाँकि रेडियो के अधिकांश कार्यक्रम पहले से रिकार्ड कर लिए जाते हैं। केवल *समाचार* और *आँखों देखा हाल* का ही सीधा प्रसारण होता है।

लचीलापन – रेडियो एक लचीला माध्यम है। इसे कहीं भी किसी भी मनःस्थिति में कोई भी सुन सकता है। रेडियो के कार्यक्रमों को सुनने के लिए उससे चिपक कर बैठना आवश्यक नहीं है। इसे काम करते-करते भी सुना जा सकता है। रेडियो एक निजी माध्यम भी है। आमतौर पर इसे समूह में नहीं, बल्कि निजी तौर पर ही सुना जाता है। रेडियो के लिए आलेख लिखते समय रेडियो की इन

विशेषताओं का ध्यान रखना चाहिए। तद्नुरूप भाषा आसान होनी चाहिए। इसी कारण रेडियो की प्रसारण शैली अनौपचारिक और अंतरंग होती है। श्रोताओं को ऐसा महसूस होना चाहिए कि कार्यक्रम-प्रस्तुतकर्ता उससे सीधी बात कर रहा है। यहीं पर रेडियो लेखक की भूमिका अहम हो जाती है। रेडियो लेखक को बोले जानेवाले शब्दों या बोलचाल की भाषा का इस्तेमाल करना चाहिए वरना श्रोता कार्यक्रम नहीं सुनेंगे।

तत्परता – रेडियो एक तत्पर माध्यम है। दुनिया भर में घट रही घटनाओं की सूचना वह तुरंत अपने श्रोताओं तक पहुँचा देता है। मौसम और प्राकृतिक विपत्ति, रेलगाड़ी के आवागमन/ट्रैफ़िक जाम, शहर में होने वाले विभिन्न समारोहों की ताज़ा जानकारियाँ रेडियो पर तुरंत और कम खर्च में दूर-दराज़ के इलाके तक भेजी जा सकती हैं। रेडियो लेखक को प्राप्त समाचारों को तुरंत प्रसारण के योग्य बनाना होता है। इसलिए रेडियो लेखक की भाषा पर पकड़ मज़बूत होनी चाहिए।

श्रोता वर्ग की पहचान

रेडियो पर उच्चरित शब्द प्रसारित होते हैं पर ये उच्चरित शब्द लिखकर पढ़े जाते हैं। परंतु सब कुछ ऐसा प्रतीत होता है कि प्रसारणकर्ता श्रोताओं के साथ आमने-सामने बैठकर बातचीत कर रहा हो। किंतु वास्तव में वह एक आलेख पढ़ रहा होता है। इसलिए रेडियो आलेख तैयार करने से पहले लेखक को यह जान लेना चाहिए कि वह किस श्रोता वर्ग के लिए लिख रहा है अर्थात उसका आलेख किस श्रोतावर्ग को सुनाया जाएगा। इसके लिए उसे उस श्रोता वर्ग की रुचियों, मनोविज्ञान और ज्ञान स्तर का अवश्य ध्यान रखना चाहिए। इसी के अनुरूप वह अपने आलेख के लिए विधा और भाषा का चुनाव करता है। रेडियो के श्रोताओं में अपार विविधता होती है। उसमें बच्चे, बूढ़े, महिला, पुरुष, निरक्षर, साक्षर, बुद्धिजीवी सभी प्रकार के श्रोता होते हैं। इसलिए रेडियो के लिए लिखा गया आलेख स्पष्ट, सहज, सरल और प्रवाहयुक्त होना चाहिए।

रेडियो लेखन के प्रमुख उपकरण

रेडियो शब्द, ध्वनि, संगीत और मौन के द्‌वारा अपना संदेश श्रोताओं तक पहुँचाता है।

शब्द – रेडियो में बोले हुए शब्द श्रोताओं तक पहुँचते हैं। ये शब्द बिंब का निर्माण करते हैं। ये मानवीय उपस्थिति के संकेत के साथ-साथ किसी कार्यक्रम, प्रसारण संस्था, पात्र या चरित्र के सूचक होते हैं। वाचक का स्तर न केवल 'उद्‌घोषक' का बल्कि पूरे रेडियो स्टेशन का परिचायक बन जाता है। रेडियो की सुई घुमाते ही वाचक के स्वर की शैली से ही पता चल जाता है यह बी. बी. सी. की हिंदी सेवा है या विविध भारती का कोई कार्यक्रम।

ध्वनि – रेडियो में ध्वनि का विशेष महत्त्व है। इसी के माध्यम से प्रसारणकर्ता वातावरण का निर्माण करता है। इसे ध्वनि-प्रभाव कहते हैं। चिड़ियों की चहचहाहट, मंदिर की घंटियों आदि से सुबह का अहसास कराया जाता है,रेलगाड़ी की आवाज़, 'चाय गर्म चाय' की आवाज़, शोर-गुल आदि के मिश्रण से रेलवे स्टेशन का भान होता है। रेडियो नाटक में ध्वनि प्रभाव का विशेष तौर पर उपयोग किया जाता है।

संगीत – किसी भी रेडियो स्टेशन से संगीत का सबसे ज़्यादा प्रसारण होता है। यह रेडियो को मनोरंजन का सुलभ माध्यम बनाता है। प्रसारण सेवा की पहचान उसकी 'संकेत धुन' से होती है। रेडियो नाटक में दृश्य बदलने और खुशी या दुख का माहौल दर्शाने में संगीत का उपयोग किया जाता है। इस प्रकार रेडियो में संगीत विभिन्न स्थितियों, मनःस्थितियों, घटनाओं आदि का सूचक बन जाता है।

मौन – रेडियो में मौन का सकारात्मक उपयोग किया जाता है। दो कार्यक्रमों के बीच में मौन आता है। धीमी गति के समाचार में चुप्पी वाक्य को विभाजित करने, पैराग्राफ़ बदलने आदि की भूमिका निभाती है। रेडियो नाटक में मौन विशेष परिस्थिति का आभास कराता है। जैसे काँपती आवाज़ – मत जाओ ... मत जाओ बेटे मुझे छोड़कर-मुझे अनाथ बनाकर ... मत जाओ ... रुक जाओ।

इस संवाद के बीच में आया मौन पिता की मनःस्थिति को दर्शाता है और श्रोता की कल्पना-शक्ति को सक्रिय बनाता है। इसी प्रकार हास्य कार्यक्रमों में संवाद के बाद हल्का सा मौन, फिर उभरती हँसी कार्यक्रम को प्रभावशाली बनाती है।

विधा का चुनाव

श्रोता वर्ग नियत करने के बाद तदनुरूप रेडियो विधा का चुनाव करना चाहिए। रेडियो की प्रमुख विधाएँ इस प्रकार हैं –

1. वार्ता – वार्ता रेडियो की सर्वाधिक प्रचलित विधा है। इसमें वार्ताकार किसी विषय पर बोलता है। वार्ता के लिए आलेख तैयार करते समय बातचीत की शैली अपनानी चाहिए। नीचे रेडियो वार्ता का एक उदाहरण दिया जा रहा है –

> ***आतंकवाद ... यह आज का डरावना सच है। अमेरिका में हुए आतंकवादी हमले ने सारी दुनिया को हिला कर रख दिया। भारत भी आतंकवाद से जूझ रहा है। आप, हम, सभी अभी तक इस दहशत से उबर नहीं पाए हैं। क्या है इसका समाधान? कब छँटेगी इसकी अँधेरी छाया? आइए, इन्हीं सब पक्षों पर विचार करें।***

2. नाटक और रूपक – आमतौर पर नाटक देखने की चीज़ है, परंतु रेडियो पर हम इसे सुनते हैं। ध्वनि प्रभावों, शब्दों और संवादों के ज़रिए रेडियो नाटक तैयार किया जाता है। इसे सुनकर श्रोता अपने मन में दृश्य की कल्पना करता है।

रेडियो रूपक में तथ्यों को नाटकीय रूप में प्रस्तुत किया जाता है। आवाज़ों, ध्वनि प्रभावों, संगीत, भेंटवार्ता आदि को मिलाकर जब किसी विषय को नाटकीय रूप में प्रस्तुत किया जाता है तो उसे रूपक कहते हैं। इसकी विषय-वस्तु किसी समस्या, सूचना, घटना, व्यक्ति आदि पर आधारित होती है। जैसे – बाल-मज़दूरी, सूर्यग्रहण, स्वाधीनता आंदोलन, महात्मा गांधी।

3. समाचार – रेडियो समाचार सरल और स्पष्ट ढंग से सुनाया जाता है। इसमें सब कुछ संक्षेप में कहना होता है। समाचार पत्र की तरह इसमें विस्तार की गुंजाइश नहीं होती है। रेडियो के श्रोता-समूह में निरक्षर, कम पढ़े-लिखे लोगों से

लेकर बुद्धिजीवी वर्ग भी शामिल होता है। निम्न आय वर्ग से लेकर उच्च आय वर्ग के लोग भी समाचार सुनते हैं, इसलिए रेडियो समाचार की भाषा सहज, स्वाभाविक और संश्लिष्ट होती है। किसी भी स्थिति में भाषा क्लिष्ट नहीं होनी चाहिए।

4. जनसेवा सूचनाएँ — जनसेवा सूचनाओं से तात्पर्य उन तात्कालिक जानकारियों से है जिनका संबंध आम जनता से होता है और उसे तुरंत प्रसारित करना होता है, जैसे- रेलगाड़ियों के विलंब से आने-जाने की सूचना, बिजली की आपूर्ति में बाधा, संभावित तूफ़ान की चेतावनी, रोज़गार समाचार, मौसम संबंधी जानकारी, मंडी के भाव, शहर में होने वाले आयोजन, गुमशुदा व्यक्तियों की सूचनाएँ । एक उदाहरण देखिए —

> ***ये आकाशवाणी दिल्ली है। एक सूचना सुनिए : केंद्रीय माध्यमिक शिक्षा बोर्ड की परीक्षाएँ जो 10 मार्च से आरंभ होने वाली थीं वे अब 15 मार्च से आरंभ होंगी। विस्तृत जानकारी के लिए अपने विद्यालय से संपर्क करें, सूचना समाप्त हुई।***

5. विज्ञापन — किसी उत्पाद की ओर ध्यान आकर्षित करना और उसके बारे में सूचना देना विज्ञापन कहलाता है। रेडियो विज्ञापन संक्षिप्त होता है। इसमें संगीत और ध्वनि प्रभाव का उपयोग किया जाता है।

6. उद्घोषणा — उद्घोषणा और कंपेयरिंग रेडियो प्रसारण का अहम हिस्सा है। सुबह रेडियो की सुई घुमाते ही पहले रेडियो स्टेशन की धुन सुनाई पड़ती है फिर उद्घोषणा की आवाज़ उभरती है —

> ***. . . ये आकाशवाणी भोपाल है। 'सुबह-सबेरे' में आपका स्वागत है। विनीत अग्रवाल का नमस्कार स्वीकार करें। पेश है भीमसेन जोशी की आवाज़ में एक भजन।***

ऐसी उद्घोषणाएँ दिन भर रेडियो से प्रसारित होती रहती हैं। ये उद्घोषणाएँ भी पहले से लिखी होती हैं।

7. कंपेयरिंग — रेडियो में कंपेयरिंग का अर्थ है — किसी कार्यक्रम का संचालन। गीत-संगीत के कार्यक्रम, साक्षात्कार, परिचर्चा, फ़ोन इन, चैट शो, आँखों देखा हाल, रेडियो रिपोर्ट, रेडियो क्विज आदि कंपेयरिंग आधारित कार्यक्रम हैं।

8. गीत-संगीत – गीत-संगीत के कार्यक्रम में कार्यक्रम संचालक या सूत्रधार की भूमिका महत्त्वपूर्ण होती है। गीतों के बीच-बीच में वह शेरो-शायरी, सूचनाओं और ज्ञानवर्धक बातों का सुंदर समन्वय करता है। इस प्रकार के कार्यक्रम में सूचनाओं को इस प्रकार पिरोना होता है कि कार्यक्रम में बाधा भी न पड़े और सूचनाएँ जन-जन तक पहुँच जाएँ।

9. साक्षात्कार – साक्षात्कार में भी सूत्रधार की भूमिका प्रमुख होती है। किसी भी व्यक्ति से साक्षात्कार लेने से पहले उस व्यक्ति के बारे में पूरी जानकारी हासिल कर लेनी चाहिए और उसे कागज़ पर नोट कर लेना चाहिए। साक्षात्कार के दौरान पूछे जाने वाले प्रश्न भी बना लेने चाहिए।

10. परिचर्चा – परिचर्चा में किसी विषय पर चर्चा करने के लिए दो या दो से अधिक व्यक्ति हिस्सा लेते हैं। इसमें संचालक का यह प्रमुख दायित्व होता है कि कार्यक्रम विषय से न भटके और संवादी निर्धारित विषय पर ही बात करें। इसके अंतर्गत *चैट-शो* और *रेडियो-ब्रिज* भी आते हैं। *चैट-शो* परिचर्चा का ही बदला हुआ रूप है। परिचर्चा में केवल विषय-विशेषज्ञ ही शामिल होते हैं जबकि *चैट-शो* में आम नागरिकों को भी शामिल किया जाता है। *रेडियो ब्रिज* भी एक प्रकार की परिचर्चा ही है। इसमें अलग-अलग रेडियो स्टेशनों पर बैठे विशेषज्ञ किसी विषय पर अपनी राय देते हैं। उदाहरण के लिए, दिल्ली केंद्र से प्रसारित होने वाले *रेडियो ब्रिज* कार्यक्रम में पटना, लखनऊ, भोपाल, चेन्नै, जम्मू में बैठे विशेषज्ञों की राय प्रसारित की जा सकती है।

11. फ़ोन इन – आजकल 'फ़ोन इन' कार्यक्रम का प्रचलन खूब बढ़ गया है। इसमें श्रोता घर बैठे अपने गाने की फरमाइश कर सकता है, किसी कार्यक्रम में शामिल होने वाले चिकित्सक या किसी प्रमुख व्यक्ति से सवाल पूछ सकता है और रेडियो पर उसका जवाब सुन सकता है।

12. आँखों देखा हाल – *आँखों देखा हाल* रेडियो का एक लोकप्रिय कार्यक्रम है। इसके द्वारा गणतंत्र दिवस, क्रिकेट मैच तथा अन्य महत्त्वपूर्ण घटनाओं को स्थल से सीधे श्रोताओं तक पहुँचाया जाता है।

13. रेडियो रिपोर्ट – यह रेडियो की विशिष्ट विधा है जिसमें किसी समारोह की रिपोर्ट प्रस्तुत की जाती है। जिन कार्यक्रमों का आँखों देखा हाल नहीं प्रस्तुत हो पाता उसकी संक्षिप्त रेडियो रिपोर्ट प्रस्तुत की जाती है। इसमें संचालक समारोह की कार्यवाही का विवरण देता रहता है और समारोह की रिकार्डिंग सुनाई जाती है।

रेडियो की भाषा

रेडियो की भाषा का अर्थ है श्रव्य-माध्यम की भाषा यानी ऐसी भाषा, जो श्रोता के मस्तिष्क में **दृश्य** निर्मित कर सके, उसकी कल्पना को जागृत कर सके। इसके लिए ज़रूरी है कि –

- ❑ वाक्य छोटे हों।
- ❑ सरल शब्दों का प्रयोग किया जाए।
- ❑ आँकड़ों को अंकों में नहीं शब्दों में लिखा जाए।
- ❑ रेडियोनुकूल शब्दों का प्रयोग किया जाए।

रेडियो से प्रसारित **संदेश** को श्रोता सुनकर समझता है। रेडियो पर जो भी प्रसारित होता है वह तुरंत दुबारा नहीं सुना जा सकता है। इसलिए यदि जटिल वाक्यों का प्रयोग किया गया तो श्रोता संदेश समझ नहीं पाएगा और कार्यक्रम अपने उद्देश्य में सफल नहीं हो पाएगा।

रेडियो लेखन छपे लेखन से भिन्न होता है। मुद्रित लेखन में तो उपर्युक्त, निम्नलिखित, अतः, एवं, तथा, यह, वह आदि शब्दों का इस्तेमाल किया जाता है परंतु रेडियो पर इनका प्रयोग नहीं होता। इसी तरह अंततोगत्वा, द्रष्टव्य जैसे कठिन और सहज समझ न आने वाले शब्द भी रेडियो के लिए उपयुक्त नहीं हैं। रेडियो पर केवल उन्हीं शब्दों का इस्तेमाल करना चाहिए जिसे आसानी से सुनकर समझा जा सके।

रेडियो आलेख में आँकड़े शब्दों में लिखे होने चाहिए, जैसे – एक लाख, डेढ़ लाख, दो करोड़ आदि। यदि 20000000 लिखेंगे तो वाचक शून्य ही गिनता रह जाएगा और कार्यक्रम में व्यवधान पैदा हो जाएगा। इसके अलावा

आँकड़ों को पूर्णांकों में लिखना चाहिए। जैसे 29320 को लिखना चाहिए उनतीस हज़ार से कुछ अधिक।

रेडियो आलेख का आरंभ आकर्षक होना चाहिए। इसकी विषय सामग्री में, नएपन की अपेक्षा रहती है। इसके अलावा विषय को जितने संक्षेप में प्रस्तुत किया जा सके उतना ही अच्छा है।

प्रश्न-अभ्यास

1. 'रेडियो एक सशक्त जनसंचार माध्यम है'– समझाइए।
2. माध्यम के रूप में रेडियो की विशिष्टताएँ बताइए।
3. रेडियो आलेख तैयार करते समय किन बातों पर विशेष ध्यान देना आवश्यक है?
4. रेडियो में शब्द, ध्वनि, संगीत और मौन का महत्त्व बताइए।
5. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए –
   - ❑ आकाशवाणी की प्रमुख सेवाएँ
   - ❑ रेडियो की भाषा
   - ❑ फ़ोन इन
   - ❑ कंपेयरिंग
6. निम्नलिखित विषयों को आधार बनाकर रेडियो पर प्रसारित करने के लिए जनसेवा सूचनाएँ तैयार कीजिए –
   - ❑ मौसम की सूचना
   - ❑ रेलगाड़ियों के विलंब से आने-जाने की सूचना

4

दूरदर्शन की दुनिया

टेलीविजन एक ऐसा जनसंचार माध्यम है जिसने सारी दुनिया को अपने सम्मोहन में बाँध रखा है। यह दृश्य-श्रव्य माध्यम है जिसे हम देखते भी हैं और सुनते भी हैं। यह ऐसा चमत्कारी माध्यम है जिसका जादू दर्शकों के सिर पर चढ़कर बोलता है। आज सारी दुनिया इस जादुई माध्यम से अभिभूत है।

टेलीविजन का उद्‌भव और विकास

टेलीविजन का उद्‌भव 1926 ई. में हुआ था जब जॉन लॉगी बेयर्ड ने पहली बार टेलीविजन का प्रदर्शन किया था । लंदन में 1936 में नियमित रूप से टेलीविजन प्रसारण आरंभ हुआ। फ्रांस में 1938 ई. और अमेरिका में 1940 ई. से टेलीविजन का प्रसारण आरंभ हुआ।

यूनेस्को की एक विशेष परियोजना के अंतर्गत 15 सितंबर 1959 को दिल्ली में पहले टेलीविजन केंद्र की स्थापना की गई। भारत के तत्कालीन राष्ट्रपति डॉ. राजेंद्र प्रसाद ने भारत के पहले टेलीविजन केंद्र का उद्‌घाटन किया। इस टेलीविजन केंद्र का नाम **दूरदर्शन** रखा गया। 15 अगस्त 1965 से नियमित रूप से प्रतिदिन घंटे भर का प्रसारण आरंभ हुआ। 1982 में पहली बार रंगीन टेलीविजन का प्रसारण हुआ।

उपग्रहों की सहायता से **दूरदर्शन** पूरे भारत में फैल गया। इसके अलावा विदेशी चैनल भी भारत के टी.वी. सेटों पर उपलब्ध होने लगे। इस काम को केबल आपरेटरों ने और भी आसान बना दिया। अब हमारे टेलीविजन में सारी

दुनिया समा गई है। चौबीसों घंटे यह सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के कार्यक्रम दिखाता है। टेलीविजन कभी सोता नहीं। यह हमेशा कुछ-न-कुछ दिखाता रहता है। अब तो गीत संगीत (*एम टी वी*), समाचार (*आज तक*) और मनोरंजन (*स्टार प्लस, ज़ी टी.वी.* आदि) के लिए अलग-अलग चैनल हो गए हैं। 'दूरदर्शन' के दो चैनलों डी डी 1 और डी डी 2 पर मनोरंजन के साथ-साथ शिक्षापरक और सूचनापरक कार्यक्रम भी दिखाए जाते हैं। टेलीविजन के कार्यक्रमों में तेज़ी से परिवर्तन हो रहे हैं जिनकी चर्चा आगे की जाएगी।

टेलीविजन की विशिष्टताएँ

रेडियो में केवल आवाज़ के माध्यम से संप्रेषण होता है जबकि टी.वी. में आवाज़ के साथ दृश्य भी होते हैं। इसलिए टी.वी. लेखन रेडियो लेखन से बिलकुल भिन्न हो जाता है। टेलीविजन के लिए किए जाने वाले लेखन की विशेषता से परिचित होने से पहले इस माध्यम की विशिष्टताओं को जानना आवश्यक है। इसकी प्रमुख विशेषताएँ इस प्रकार हैं –

1. दृश्य-श्रव्य माध्यम
2. वर्तमान का माध्यम
3. अंतरंग माध्यम
4. क्लोज़-अप का माध्यम

दृश्य-श्रव्य माध्यम – टेलीविजन जनसंचार का ऐसा प्रभावशाली माध्यम है जिसमें आवाज़ भी है और दृश्य भी। यह चलते-फिरते दृश्यों का माध्यम है। टेलीविजन में दृश्यों की भरमार होती है। इसमें दृश्य इतनी तेज़ी से आते-जाते हैं कि दर्शक मंत्र-मुग्ध-सा उसे देखता रह जाता है। उसे कुछ सोचने का मौका ही नहीं मिलता। अमेरिका में *वर्ल्ड ट्रेड सेंटर* और वहाँ की संसद पर हुए हमले को हमने साक्षात देखा। आजकल तो सूचना प्रौद्योगिकी इतनी विकसित हो गई है कि दुनिया में एक घटना घटती है और उसके दृश्य हम टेलीविजन पर देख लेते हैं। टेलीविजन की यह क्षमता ही उसे मनमोहक बनाती है। वह दर्शकों को दीवाना बना देता है। इसका कारण है टेलीविजन में दृश्यों की भरमार और चकाचौंध।

वर्तमान का माध्यम – टेलीविजन हमें यह अहसास दिलाता है कि वह जो भी दिखा रहा है पर्दे के पीछे उसी समय घटित हो रहा है। टेलीविजन द्वारा पैदा किया गया यह भ्रम ही उसे विश्वसनीयता प्रदान करता है। रेडियो के समान ही *समाचार* और *आँखों देखा हाल* के अलावा सभी कार्यक्रम पहले से रिकार्ड कर लिए जाते हैं। लेकिन दर्शक कार्यक्रमों से इस प्रकार चिपके होते हैं मानो यह घटना अभी घट रही हो। *कौन बनेगा करोड़पति* और ऐसे ही अनेक कार्यक्रम इसके प्रमाण हैं। इसलिए किसी भी टेलीविजन कार्यक्रम के लिए आलेख लिखते समय उसे अधिक से अधिक विश्वसनीय बनाने का प्रयास करना चाहिए।

अंतरंग माध्यम – किसी भी पटकथा लेखक के लिए टेलीविजन की इस विशेषता से परिचित होना अति आवश्यक है। आज टेलीविजन हमारे ड्राइंगरूम में ही नहीं हमारे बेडरूम में भी प्रवेश कर गया है। यदि कहें कि यह हमारा अंतरंग सखा हो गया है तो अतिशयोक्ति न होगी। टेलीविजन के किसी भी कार्यक्रम के लिए लिखते समय यह ध्यान रखिए कि आपका लिखा रोचक और मनमोहक हो। अपने लेखन में इतनी चमक-दमक और मसाले डालिए कि दर्शक आपकी बातों में लीन हो जाए। उसके लिए इतने सुंदर दृश्यों, संवादों और नाटकीयता से भरपूर घटनाओं का समावेश कीजिए कि वह एकटक आपके कार्यक्रम को देखता रह जाए। इसके लिए दर्शकों के मनोविज्ञान, रुचि और पसंद का भी ध्यान रखना अपेक्षित है।

क्लोज़-अप का माध्यम – टेलीविजन के छोटे पर्दे पर जो कुछ भी दिखाया जाता है वह कैमरे की आँख से दिखाया जाता है। किसी भी दृश्य, घटना, नाटक, परिचर्चा, बहस आदि को कैमरा अपने कैसेट में कैद कर लेता है वही कैसेट या सी.डी. टेलीविजन प्रसारण केंद्र पर चलाया जाता है और हम सभी अपने टेलीविजन सेटों पर उसे देखते हैं। रेडियो के समान ये चित्र और ध्वनियाँ भी विद्युत तरंगों के माध्यम से हमारे टेलीविजन सेटों तक पहुँचती हैं।

टेलीविजन क्लोज़-अप का माध्यम है। क्लोज़-अप का मतलब है कि कैमरा किसी चीज को नज़दीक से दिखाता है। यह कहना गलत न होगा कि यह दर्शक को अभिनेता या सूत्रधार के बिलकुल पास खड़ा कर देता है। नज़दीक से

दिखाया गया दृश्य स्पष्ट भी होता है और दर्शकों पर अपेक्षित प्रभाव भी छोड़ता है। दर्शक नज़दीक से पात्रों के चेहरों और भाव-भंगिमाओं को देखता है। इसीलिए टेलीविजन में आंगिक भाषा का विशेष महत्त्व होता है। बिना कुछ बोले हुए ही पात्र अपने हाव-भाव से बहुत कुछ कह जाता है। टेलीविजन का कैमरा बड़ा ही शातिर और चतुर होता है। वह सूक्ष्मदर्शी भी होता है। चेहरे के छोटे से छोटे भाव को भी वह पकड़ लेता है। थोड़ा घबराए और कैमरे ने उसे कैद किया। कैमरे की नज़र से कुछ भी ओझल नहीं हो पाता।

टेलीविजन के विभिन्न कार्यक्रम

सुबह से सुबह तक यानी चौबीसों घंटे टेलीविजन कई प्रकार के कार्यक्रम दिखाता है। इन कार्यक्रमों के अलग-अलग उद्देश्य होते हैं जिन्हें तीन भागों में विभाजित किया जा सकता है — सूचना, शिक्षा और मनोरंजन।

सूचनापरक कार्यक्रम — जन-जन तक सूचना पहुँचाना जनसंचार माध्यमों का एक प्रमुख उद्देश्य है। टेलीविजन अपने विभिन्न कार्यक्रमों के माध्यम से यह कार्य करता है। समाचार इनमें सबसे प्रमुख है। केबल नेटवर्क आने से पहले *दूरदर्शन* हिंदी और अंग्रेज़ी में तीन राष्ट्रीय समाचार प्रसारित करता था। केबल नेटवर्क आने के बाद तो समाचारों की बाढ़ आ गई है। *आज तक*, *स्टार न्यूज़*, *ज़ी न्यूज़*, *सी एन एन*, *बी बी सी* आदि चैनलों पर चौबीसों घंटे समाचार आते रहते हैं।

टेलीविजन समाचार लेखन में श्रव्य और दृश्य के बीच समन्वय करना होता है। टेलीविजन के पर्दे पर जो कुछ दिखाया जा रहा है उसे बोलकर दुहराना नहीं चाहिए बल्कि संबंधित घटना के बारे में अतिरिक्त जानकारी देनी चाहिए। यदि प्रधानमंत्री का वक्तव्य उद्धृत करना है तो एक पंक्ति में यह इशारा कर दें कि प्रधानमंत्री ने अपने वक्तव्य में क्या कहा, तुरंत प्रधानमंत्री को बोलते हुए दिखा देना चाहिए। समाचार संक्षिप्त, सारगर्भित और चुटीले होने चाहिए। टेलीविजन प्रसारण महँगा माध्यम है अतः इसमें समय की बचत करनी होती है। एक समाचार एक पृष्ठ में और दूसरा समाचार दूसरे पृष्ठ पर लिखा होना चाहिए। हालाँकि आजकल ऐसी तकनीक विकसित हो गई है जिसमें समाचार वाचक के सामने

रखे कैमरे पर छोटा स्क्रीन बना होता है। उसपर लिखित समाचार धीरे-धीरे आगे बढ़ता है और वाचक उसे पढ़ता जाता है। दर्शक को लगता है कि वाचक समाचार पढ़ नहीं रहा है बोल रहा है और सीधे उससे ही बात कर रहा है। इससे वाचक और माध्यम से अंतरंगता बढ़ती है। तकनीकी विकास के इस दौर में सीधे घटना स्थल से संवाददाता घटना का ब्यौरा देते हैं।

वृत्तचित्र, परिचर्चा, साक्षात्कार, फोन इन, आँखों देखा हाल भी सूचनापरक कॉर्यक्रम के अंतर्गत आते हैं। इनमें केवल आँखों देखा हाल का सीधा प्रसारण होता है, अन्य संभी कार्यक्रम पहले से रिकार्ड होते हैं।

इन सभी कार्यक्रमों की विशेषता होती है — सामयिकता। *नेशनल ज्योग्राफ़ी* और *डिस्कवरी* टेलीविजन-वृत्तचित्र (डॉक्यूमेंट्री) के बेहतर नमूने हैं। इन पर भी चौबीसों घंटे कार्यक्रम आते हैं। *डिस्कवरी चैनल* पर हिंदी और अंग्रेज़ी दोनों भाषाओं में कमेंट्री आती है।

परिचर्चा के अंतर्गत किसी सामयिक विषय पर विशेषज्ञ भाग लेते हैं। यह विषय साहित्यिक, सामाजिक, राजनैतिक कुछ भी हो,सकता है। *चैट शो* भी एक परिचर्चा का ही बदला हुआ रूप है जिसमें विषय-विशेषज्ञों के साथ जनता भी शामिल होती है। *आपकी अदालत, बिग फाइट* आदि कुछ ऐसे ही चैट शो कार्यक्रम हैं। *साक्षात्कार* के द्वारा देश-विदेश की महान हस्तियों से सीधे रू-ब-रू हुआ जा सकता है। इन सभी कार्यक्रमों में वाचक और सूत्रधार की भूमिका महत्त्वपूर्ण होती है।

शिक्षा संबंधी कार्यक्रम — टेलीविजन चैनल चलाने वाले टेलीविजन की इस भूमिका को सबसे कम महत्त्व देते हैं। उनके लिए सबसे पहले आता है मनोरंजन, तब सूचना और तब शिक्षा। लेकिन भारत सरकार टेलीविजन की इस भूमिका के प्रति सजग है और इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय में दूरदर्शन का एक नया प्रसारण केंद्र खोला गया है जिसे 'ज्ञान दर्शन' के नाम से जाना जाता है। यह चौबीसों घंटे शिक्षा संबंधी कार्यक्रम दिखाता है। इसमें एन.सी.ई.आर.टी. और एस.सी.ई.आर.टी. (स्कूल शिक्षा) और यू.जी.सी.(विश्वविद्यालयी शिक्षा) के कार्यक्रम भी दिखाए जाते हैं।

शिक्षा संबंधी कार्यक्रमों की पटकथा लिखते समय यह ध्यान रखना चाहिए कि कार्यक्रम रोचक बने। शिक्षा के साथ-साथ मनोरंजन भी हो तो कार्यक्रम खूब लोकप्रिय हो सकता है। टेलीविजन पर क्विज़ कार्यक्रम काफ़ी लोकप्रिय हो रहे हैं। ये कार्यक्रम शिक्षा और मनोरंजन के संगम के अनुपम उदाहरण हैं।

मनोरंजन ही मनोरंजन – आज टेलीविजन मनोरंजन का पर्याय बन गया है। इसकी महत्ता इसी तथ्य से समझी जा सकती है कि एक समय मनोरंजन के साम्राज्य पर शासन करनेवाले सिनेमा का अस्तित्व भी इसके कारण संकट में पड़ गया है। घर बैठे मनोरंजन का इतना सस्ता, सुलभ और प्रभावशाली माध्यम और दूसरा नहीं है।

इसमें कोई शक नहीं कि अधिकांश लोग टेलीविजन मनोरंजन के लिए देखते हैं। इसलिए टेलीविजन के चैनलों पर मनोरंजन प्रदान करनेवाले कार्यक्रमों को दिखाने की होड़ मची हुई है। धारावाहिक, गीत-संगीत के कार्यक्रम, चैट शो इनमें प्रमुख हैं। अधिकांश टी.वी. चैनलों पर इन्हीं का बोलबाला है। भारत में सबसे पहले दूरदर्शन पर मनोहर श्याम जोशी का *हमलोग* और फिर *बुनियाद* नामक धारावाहिक दिखाया गया। इसके बाद *रामायण* और *महाभारत* दिखाए गए। इन चार धारावाहिकों के प्रसारण के समय सड़कें और सिनेमाघर खाली रहने लगे। इसके बाद तो टेलीविजन चैनलों पर धारावाहिकों की बाढ़ आ गई और इसके पात्र घर के सदस्य जैसे हो गए।

गीत-संगीत के कार्यक्रम हमेशा से लोकप्रिय रहे हैं और इन्होंने टेलीविजन को लोकप्रिय बनाने में भी अहम भूमिका निभाई। अब तो कई टेलीविजन चैनल केवल गीत-संगीत के ही कार्यक्रम दिखाते हैं।

टेलीविजन में विज्ञापन का अपना महत्त्व है। आज टेलीविजन चैनलों पर 60 प्रतिशत कार्यक्रम तथा 40 प्रतिशत और कभी-कभी तो 50 प्रतिशत तक विज्ञापन होते हैं। भाषा और दृश्यों का इसमें कमाल का सर्जनात्मक उपयोग किया जाता है। ये विज्ञापन इतनी चकाचौंध पैदा करते हैं कि बच्चे तो बच्चे, बूढ़े भी पूरा आनंद लेते हैं। तात्पर्य यह कि बच्चे से लेकर बड़े-बूढ़े तक गौर से और

एकटक विज्ञापन देखते हैं। विज्ञापन-लेखन सर्जनात्मक लेखन का एक नया क्षेत्र है जहाँ प्रयोग और खोज की अपार संभावनाएँ हैं।

पटकथा लेखन

समाचार हो या वृत्तचित्र, धारावाहिक हो या गीत-संगीत के कार्यक्रम और यहाँ तक कि विज्ञापन के लिए भी पटकथा लेखन की ज़रूरत होती है। हालांकि प्रत्येक टेलीविजन विधा, यथा – समाचार, वृत्तचित्र, गीत-संगीत के कार्यक्रम, चैट शो, एंकरिंग, जॉकी (सूत्रधार), विज्ञापन की अपनी-अपनी माँग होती है पर टेलीविजन के पटकथा लेखन की अपनी कुछ शर्तें हैं जिन्हें जानना अपरिहार्य है –

- किस्सागो बनिए
- कैमरे की नज़र से देखिए
- तस्वीरों को बोलने दीजिए

पटकथा में घटनाओं को घटित होता हुआ और पात्रों को बोलता हुआ दिखाया जाता है। लेखक को दृश्य-श्रव्य कल्पना करनी चाहिए अर्थात अपने मस्तिष्क में घटनाओं को घटित होते हुए देखना चाहिए। लेखक का दिमाग एक कैमरे की तरह क्रियाशील होना चाहिए। इसका अभिप्राय यह है कि पटकथा लेखक को दृश्य-श्रव्य स्मृति का धनी होना चाहिए। दृश्य-श्रव्य कल्पना को किस्सागो बनकर बेहतरीन ढंग से पटकथा में ढाला जा सकता है। पटकथा का एक उदाहरण देखिए –

एक राजा होता है। वह अपने दरबार में बैठा है। दरबार राजकुमारों और मंत्रियों से भरा है। तभी वहाँ एक बुढ़िया का 'दुहाई महाराज की.... दुहाई महाराज की' कहते हुए प्रवेश होता है।

उपर्युक्त अनुच्छेद में अनिश्चित वर्तमानकाल की शैली अपनाई गई है। इस शैली का उद्देश्य निर्देशक को यह बताना है कि कैमरे के आगे क्या घटित होना है। पटकथा में कथा वाली शैली नहीं चलती कि –

एक राजा था। वह अपने दरबार में बैठा था। दरबार राजकुमार और मंत्रियों से भरा था। तभी वहाँ एक बुढ़िया आई और 'दुहाई महाराज की, दुहाई महाराज की' पुकारने लगी।

पहले वाला उदाहरण कथावाचक और किस्सागो की शैली है और दूसरा लिखित या मुद्रित कहानी का। कहानी में भूतकालिक क्रियाओं का प्रयोग करते हैं जबकि कथावाचक वर्तमानकाल का प्रयोग करता है।

अर्जुन युद्ध में सामने साक्षात भीष्म पितामह को देखता है और धनुष बाण रख देता है। वह भगवान श्रीकृष्ण की ओर देखता है और कहता है कि मैं अपने स्वजनों से युद्ध नहीं कर सकता।

कहने का तात्पर्य कि पटकथा लिखते समय पहले दृश्य और संवादों की कल्पना कर लेनी चाहिए और फिर उसे कागज़ पर उतार लेना चाहिए।

टेलीविजन के सारे दृश्य कैमरा दिखाता है। इसलिए पटकथा में यह जिक्र करना आवश्यक होता है कि कैमरा दृश्य को नज़दीक से दिखा रहा है, मध्यम दूरी से दिखा रहा है या दूर से दिखा रहा है। कैमरा यदि दृश्य को नज़दीक से दिखाता है तो उसे *क्लोज़ शॉट* या *क्लोज़ अप* कहते हैं। मध्यम दूरी से लिए गए दृश्य को *मिड शॉट* और दूर से दिखाए जानेवाले दृश्य को *लोंग शॉट* कहते हैं। टेलीविजन में ज़्यादातर *क्लोज़ शॉट* का ही सहारा लिया जाता है।

पटकथा की यह अनिवार्य शर्त है कि तस्वीरों को बोलने दीजिए, खुद कम बोलिए। समाचार, वृत्तचित्र, विज्ञापन सब पर यह बात लागू होती है। ज़्यादा शब्दों का इस्तेमाल कमज़ोर पटकथा की निशानी होती है।

पटकथा लेखन की संरचना

पटकथा लेखन का कोई निश्चित सिद्धांत नहीं है। इसमें आवश्यकतानुसार परिवर्तन किया जा सकता है। तथापि दृश्य, विचार और रूपरेखा को ध्यान में रखा जा सकता है।

दृश्य — टेलीविजन के लिए लिखी जानेवाली पटकथा को कई दृश्यों में विभाजित करना होता है। पटकथा में कथा को दृश्यों में तोड़कर पेश किया जाता है। एक

समय में एक बार में कैमरा जो कुछ दिखाता है उसे एक दृश्य माना जाता है। दूसरे दृश्य में कथा का अगला हिस्सा पेश किया जाता है। दृश्य का पूरा विवरण पटकथा में अवश्य लिखा होना चहिए।

विचार (आइडिया) – पटकथा में *आइडिया* का बड़ा महत्त्व होता है। खास तौर पर विज्ञापन के लिए लेखन में तो यही कमाल करता है। लोककथाएँ, परीकथाएँ या आपके आसपास घटनेवाली घटनाएँ आपके आइडिया का आधार बन सकती हैं। मसलन, आपके पड़ोस में कोई महिला रहती हो जो रोज़ आपके घर आ जाती हो और दुनिया भर की शिकायत करती हो। आप इसके आधार पर किसी उत्पाद् के विज्ञापन की 'कहानी' बना सकते हैं। सपने में हम अजीब बेतुकी बातें देखते हैं – जैसे हम प्रधानमंत्री अटल बिहारी वाजपेयी के साथ किसी उद्यान में सैर कर रहे हैं या वे अचानक हमारे घर आ जाते हैं और सब चकित हो जाते हैं – आदि। इन सब के आधार पर विज्ञापन की 'पटकथा' तैयार की जा सकती है। कभी गुनगुनाते-गुनगुनाते कोई गीत बन सकता है। उसका उपयोग विज्ञापन-गीत के रूप में किया जा सकता है। मसलन, 'ऐसा हो तो क्या हो' का फार्मूला विज्ञापन लेखन में बड़े काम की चीज़ होती है।

रूपरेखा (स्टेप आउटलाइन) – पटकथा की रूपरेखा को मीडिया की भाषा में *स्टेप आउटलाइन* कहते हैं। इसमें दृश्य का क्रम दर्शाया जाता है। साथ-ही-साथ इसमें संवादों का भी उल्लेख किया जाता है। *स्टेप आउटलाइन* पटकथा का मानचित्र है। *स्टेप आउटलाइन* बनाने के बाद पूरी पटकथा लिखी जाती है।

पटकथा लिखने का कोई बँधा-बँधाया सिद्धांत नहीं है। ज़रूरी नहीं कि दो अच्छी पटकथाएँ एक ही सिद्धांत को आधार बनाकर लिखी गई हों। कार्यक्रम के स्वरूप के अनुसार पटकथा लेखक को यह निर्णय लेना पड़ता है कि इसका ढाँचा कैसा होगा, इसमें कितने दृश्य होंगे, संवाद की शैली क्या होगी। बस, पटकथा लेखक को ध्यान रखना होता है कि कार्यक्रम रोचक बने और उसमें दर्शक को बाँधने की क्षमता हो।

प्रश्न-अभ्यास

1. पटकथा लिखने का मुख्य आधार क्या है? इसका विवेचन करते हुए यह भी बताइए कि पटकथा लिखते समय किन बातों का ध्यान रखा जाए ।
2. 'प्रभावशाली विज्ञापन बनाना एक कला है'– स्पष्ट करें।
3. माध्यम के रूप में टेलीविजन की प्रमुख विशेषताओं का वर्णन कीजिए।
4. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखें –
   - ❑ सूचनापरक कार्यक्रम
   - ❑ शिक्षा संबंधी कार्यक्रम
   - ❑ मनोरंजनपरक कार्यक्रम
   - ❑ स्टेप आउटलाइन
5. उदाहरण देते हुए एक अच्छे दृश्य चित्रण की विशेषता बताइए।
6. निम्नलिखित गद्यांश को पटकथा में रूपांतरित कीजिए –

   सूरज ढल गया था। धूप तेज़ी से भाग रही थी। गधा चरता हुआ दूर निकल गया था और बाईं ओर घूमकर एक जगह गझिन घास के बड़े टुकड़े पर मुँह मार रहा था। गधे में अब किसी की दिलचस्पी नहीं रह गई थी, सिवाय कुछ छोटे बच्चों के, जो बड़े-बुजुर्गों के मैदान छोड़ देने के बाद नए कौतुक-भाव से गधे के पीछे इकट्ठे होकर स्थिति की समीक्षा कर रहे थे।

5

संचार माध्यम के नवीनतम रूप

संचार माध्यम जनसंचार का महत्त्वपूर्ण स्रोत है। संचार माध्यम शब्द संचार और माध्यम शब्दों के योग से बना है। संचार से अभिप्राय संप्रेषण की संपूर्ण प्रक्रिया से है। संचार शब्द अंग्रेज़ी के *कम्यूनिकेशन* शब्द का पर्याय है। यह मानव समाज की वह संज्ञानात्मक प्रक्रिया है जिसमें उद्‌देश्यपूर्ण और सार्थक अनुभवों, व्यवहारों और आवश्यकताओं का परस्पर आदान-प्रदान होता है। इसमें निश्चित लक्ष्य निहित होता है जो व्यक्ति के व्यवहार को परिमार्जित तथा प्रभावित करता है। इस प्रकार संचार माध्यम दो बिंदुओं को जोड़नेवाला साधन है। इससे संप्रेषक और श्रोता के बीच सूचनाओं का परस्पर आदान-प्रदान होता है।

प्राचीन काल से मानव ज्ञान का विकास होता रहा है। साथ ही जीवन को सहज, सुलभ, आरामदायक बनाने के लिए नए-नए संसाधनों की खोज होती रही है। पाषाण सभ्यता से प्रारंभ होकर मानव की वैचारिक यात्रा आज तकनीकी युग तक पहुँच गई है। इस प्रकार युग के विकास के साथ-साथ संचार माध्यमों में अभूतपूर्व परिवर्तन आया है। यहाँ डाक प्रणाली, मुद्रण माध्यम और इलैक्ट्रॉनिक माध्यम भारत की आधुनिक प्रणालियाँ हैं। इनके नवीनतम रूपों का परिचय यहाँ दिया जा रहा है।

कंप्यूटर

कंप्यूटर को दिमाग का मशीनी रूप भी कह सकते हैं। कंप्यूटर का मतलब होता है गणना करना। कंप्यूटर का प्रारंभिक रूप मूलतः गणना करने वाली मशीन

के रूप में था। लेकिन अब इसमें प्रयुक्त किए जाने वाले शब्दों, आँकड़ों, संख्याओं और चित्रों की सूचनाओं को उसके स्मृति कोश में संचित किया जाता है और इस प्रकार यह अपने आधुनिक रूप में जटिल से जटिल काम कर सकता है। कंप्यूटर की सबसे बड़ी क्षमता है तेज़ गति से कार्य करना और उसमें निश्चितता लाना। आमतौर पर हम जिन कंप्यूटरों को देखते हैं उन्हें पी.सी. यानी पर्सनल कंप्यूटर कहा जाता है। अब ये छोटे-छोटे रूप में भी सामने आने लगे हैं। *लैपटॉप* यानी ऐसा छोटा सा कंप्यूटर जिसे आप साथ लेकर कहीं भी जा सकते हैं और अपनी गोद यानी *लैप* पर रखकर काम कर सकते हैं। *पामटॉप* कंप्यूटर इससे भी छोटा होता है और इसे आप अपनी हथेली यानी *पाम* पर रख कर काम कर सकते हैं। *पामटॉप* में हालांकि पी.सी. जितने फ़ीचर नहीं होते हैं, लेकिन इनका और विकास जारी है।

सॉफ़्टवेयर और हार्डवेयर

सॉफ़्टवेयर और हार्डवेयर बहुत प्रचलित शब्द है। ये दोनों कंप्यूटर के अभिन्न अंग हैं। हार्डवेयर का मतलब हम मशीन से लगा सकते हैं जिसमें मानीटर, कुंजीपटल, केंद्रीय संसाधन एकक, माउस और मुद्रक शामिल हैं। सॉफ़्टवेयर कई तरह के प्रोग्रामों का सेट होता है जो कंप्यूटर को काम करने के योग्य बनाते हैं। वास्तव में कंप्यूटरों की स्मृति में आँकड़े और प्रोग्रामों को संचित किया जा सकता है। प्रोग्राम एक विशिष्ट क्रम में ज़रूरी आदेशों की पूरी श्रृंखला है। विशेष प्रकार के कार्यों को संपन्न करने के लिए विकसित प्रोग्राम ही सॉफ़्टवेयर हैं। सॉफ़्टवेयर मुख्यतः दो तरह के होते हैं जिनकी मदद से हम कंप्यूटर को कमांड देकर अपनी मर्ज़ी से काम ले पाते हैं – (1) सिस्टम सॉफ़्टवेयर और (2) एप्लीकेशन साफ़्टवेयर। सिस्टम साफ़्टवेयर का संबंध डॉस, विंडोज़, यूनिक्स आदि प्रणाली से है। इनमें फोर्टान, कोबोल, बेसिक, पास्कल आदि में प्रोग्राम तैयार किए जाते हैं। प्रयोग की प्रकृति के आधार पर पुस्तक प्रकाशन, शब्द संसाधन, आँकड़ा संसाधन आदि महत्त्वपूर्ण कार्यों का अनुप्रयोग एप्लीकेशन सॉफ़्टवेयर में होता है।

फ़्लॉपी

कंप्यूटर में हम डाटा यानी आँकड़े एकत्र करते हैं या उन पर काम करते हैं। फ़्लॉपी डिस्क इन आँकड़ों और सूचनाओं को एकत्र करने का काम करती है। एक तरह से हम इसे *डिजिटल फ़ाइल* भी कह सकते हैं। यह बाज़ार में बहुत सस्ती मिल जाती है। एक कंप्यूटर से आँकड़े इसमें स्टोर कर हम दूसरे कंप्यूटर में ले जाकर देख सकते हैं।

सीडी रोम

इसका पूरा नाम काम्पैक्ट डिस्क-रोम ओनली मेमोरी होता है। काम्पैक्ट डिस्क नाम से ही स्पष्ट होता है कि इसमें काफ़ी अधिक सूचना एकत्र की जा सकती है। इस छोटी डिस्क के नाम में रीड ओनली मेमोरी भी जुड़ा है। इसका मतलब है कि इसमें एकत्र सूचना को कंप्यूटर पर सिर्फ़ पढ़ा जा सकता है। फ़्लॉपी की तरह इसमें आप अपने कंप्यूटर से सूचना एकत्र नहीं कर सकते हैं। लगभग दो दशक पहले जब पहली बार इन्हें बनाया गया था तो इनका आकार 12 इंच हुआ करता था लेकिन अब यह 12 सेमी की छोटी डिस्क होती है।

इंटरनेट

आज के युग को इंटरनेट युग कहा जाता है और इसकी वजह से सूचना के आदान-प्रदान ने क्रांतिकारी रूप ले लिया है। यह दुनिया भर में फैले कंप्यूटरों को जोड़कर बनाया गया नेटवर्क है। इस नेटवर्क को तैयार करने के काम में सैटेलाइट, ऑप्टिक फ़ाइबर, टेलीफ़ोन लाइन आदि की मदद ली गई है। इंटरनेट खुद एक तरह की दुनिया है जहाँ हर मसले पर सूचना उपलब्ध है। लेकिन इस पर किसी तरह का सरकारी नियंत्रण और भौगोलिक सीमाओं का दबाव नहीं है। इंटरनेट तक पहुँचने के लिए कुछ समय पहले तक हम कंप्यूटरों का ही सहारा लेते थे, लेकिन अब तकनीकी क्रांति के साथ मोबाइल फ़ोन, टेलीविजन जैसे उपकरणों पर भी इंटरनेट एक्सेस किया जा सकता है। इंटरनेट ने सूचना

विषय-सूची

आमुख : v

भूमिका : vii

भाग एक

राजभाषा हिंदी : 1-52

1. व्यावहारिक हिंदी का स्वरूप और क्षेत्र : 3
2. संपर्क भाषा, राष्ट्रभाषा और राजभाषा : 7
3. हिंदी की संवैधानिक स्थिति : 12
4. कार्यालयी व्यवस्था और पत्राचार : 18
5. प्रतिवेदन : 26
6. कार्यसूची और कार्यवृत्त : 34
7. पारिभाषिक शब्दावली और प्रशासनिक अभिव्यक्तियाँ : 39

भाग दो

जनसंचार माध्यम और हिंदी : 53-104

1. जनसंचार माध्यम : परिचय : 55
2. समाचार-पत्र का संसार : 62
3. रेडियो की दुनिया : 76
4. दूरदर्शन की दुनिया : 86
5. संचार माध्यम के नवीनतम रूप : 96

वाली फाइलें भी भेज सकते हैं। रोज़ाना के काम-काज के अलावा बिज़नेस संबंधी कार्यों में भी ई-मेल का महत्त्व बढ़ गया है।

एचटीएमएल

एचटीएमएल का मतलब होता है *हायपर टेक्स्ट मार्कअप लैंगुएज*। *वर्ल्ड वाइड वेब* पर डाटा पेश करने के लिए इस कंप्यूटरी ज़ुबान का इस्तेमाल किया जाता है।

एचटीटीपी

एचटीटीपी का अर्थात *हाइपर टेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकॉल*। *वर्ल्ड वाइड वेब* से डॉक्यूमेंट मँगाने या भेजने के लिए इस सिस्टम का इस्तेमाल होता है। इसे भी वेब साइट के पते में 222 से पहले लिखा जाता है।

ऑपरेटिंग सिस्टम

यह दरअसल एक ऐसा प्लेटफॉर्म होता है जो आपके कंप्यूटर पर विभिन्न सॉफ्टवेयर और प्रोग्राम चलाने में मदद करता है।

ब्राउज़र

यह ऐसा सॉफ़्टवेयर है जो कि *वर्ल्ड वाइड वेब* तक पहुँचने में मदद करता है। नेटस्केप नेवीगेटर एक्सप्लोरर इसके प्रमुख उदाहरण हैं। जब हम अपने कंप्यूटर पर ब्राउसर के चिह्न पर क्लिक करते हैं तो इंटरनेट से जुड़ जाते हैं।

सर्च इंजन

इंटरनेट सूचना का सागर है, लेकिन इस सागर में से मनमाफिक जानकारी ढूँढ़ना कठिन काम हो सकता है। लेकिन सर्च इंजन नाम की सुविधा इस काम को आसान बना देती है। लगभग सभी वेबसाइटों में सर्च इंजनों की सुविधा होती है लेकिन कुछ ऐसी खास वेबसाइट भी हैं जो सर्च इंजन का काम करती हैं, जिनमें गूगल, लाइकोस और आस्क प्रमुख हैं। सर्च इंजन में आपको जिस बारे में

जानकारी चाहिए उससे संबंधित शब्द लिखने होते हैं और वह पलक झपकते ही *वर्ल्ड वाइड वेब* से सारी जानकारी खोज लाता है।

ई-कॉमर्स

इसका मतलब है इलैक्ट्रॉनिक कामर्स (वाणिज्य)। इंटरनेट की मदद से कंप्यूटर के सामने बैठे-बैठे ही कारोबार करना संभव हो गया है। इसमें अब तक सबसे बड़ी चुनौती यह थी कि पैसे का भुगतान किस तरह किया जाए। लेकिन क्रेडिट कार्ड और डिजिटल हस्ताक्षर नाम की तकनीक से इसे अब संभव कर दिया गया है। ई-कॉमर्स दो तरह का होता है — बी2बी यानी *बिज़नेस टु बिज़नेस*। इसके अंतर्गत दो कंपनियाँ आपस में कारोबार करती हैं। बी2सी का मतलब होता है *बिज़नेस टु कस्टमर*। इसके तहत कंपनियाँ इंटरनेट के ज़रिए आम लोगों को सामान बेचती हैं।

ब्रॉडबैंड

इसके द्वारा हम बहुत तेज़ी से इंटरनेट एक्सेस कर सकेंगे। डिजिटल और फ़ाइबर ऑप्टिक की मदद से ब्रॉडबैंड का सपना पूरा हो पाएगा। समूचे विश्व में इस समय इस दिशा में काम हो रहा है इसका सबसे बड़ा लाभ यह है कि इंटरनेट से आने वाली सूचना को अधिक तेज़ी से कंप्यूटर या फिर अन्य मशीनों पर हासिल किया जा सकेगा। विशेष रूप से चित्रों और आवाज़ वाली फ़ाइलों को अभी इंटरनेट से कंप्यूटर पर लेने में बहुत समय लग जाता है लेकिन ब्राडबैंड इस काम को आसान बना देगा।

बैंडविड्थ

यह किसी नेटवर्क कनेक्शन की क्षमता होती है। इस क्षमता से पता चलता है कि उस नेटवर्क में डाटा का प्रवाह कितनी गति से हो रहा है। जितनी अधिक बैंडविड्थ होगी इंटरनेट आदि से डाउनलोड भी उतनी ही तेज़ी से किया जा सकेगा।

वायरस

यह एक तरह घुसपैठिया कंप्यूटर प्रोग्राम होता है जो नेटवर्क या फिर कंप्यूटर पर आकर ऑपरेटिंग सिस्टम को तबाह कर देता है। यह टेलीफ़ोन लाइन या

फिर फ़्लॉपी या डिस्क के ज़रिए घुसपैठ करता है। आजकल ई-मेल के ज़रिए वायरस भेजे जाने लगे हैं। पिछले दिनों *आईलवयू* वायरस के ज़रिए कुछ हैकरों ने दुनिया भर के कंप्यूटर सिस्टमों को तबाह कर करोड़ों का नुकसान पहुँचाया था।

आईएसपी

इसका मतलब होता है *इंटरनेट सर्विस प्रोवाइडर*, यानी वह कंपनी जो इंटरनेट सेवा उपलब्ध कराती हैं। ये कंपनियाँ ऑप्टिक फ़ाइबर, टेलीफ़ोन लाइन या फिर केबल के ज़रिए अपनी सेवा उपलब्ध कराती हैं। अभी तक टेलीफ़ोन लाइन का तरीका अधिक प्रचलित था, लेकिन अब ऑप्टिक फ़ाइबर और केबल के ज़रिए इंटरनेट सेवा उपलब्ध कराने लगे हैं। इस सेवा के लिए आईएसपी प्रति घंटे के हिसाब से पैसे लेते हैं लेकिन कई आईएसपी ने फ्री सेवा भी शुरू की है, उनकी आय के स्रोत इंटरनेट सेवा के साथ आने वाले विज्ञापन होते हैं।

एएसपी

इसका मतलब होता है *एप्लिकेशन सर्विस प्रोवाइडर* यानी ये इंटरनेट और उससे जुड़े कारोबार की ज़रूरतों के अनुरूप सॉफ़्टवेयर आदि तैयार करते हैं। ई-कॉमर्स की दुनिया में इनकी ज़रूरत रोज़ बढ़ती जा रही है।

3जी और 4जी फ़ोन

आजकल जिन मोबाइल फ़ोन का इस्तेमाल हो रहा है वह दूसरी पीढ़ी का है। लेकिन अब तीसरी और चौथी पीढ़ी के मोबाइल फ़ोन विकसित करने की दिशा में काम होने लगा है। इन सेलफ़ोन की विशेषता यह है कि उनमें हम पी.सी. की ही तरह इंटरनेट देख सकेंगे, मल्टीमीडिया संदेश भेजना आसान हो जाएगा और सूचना भेजने की रफ़्तार बहुत तेज़ हो जाएगी।

वैप

वायरलेस एक्सेस प्रोटोकॉल वह तकनीक है जिनसे हम मोबाइल उपकरणों पर इंटरनेट देख सकते हैं। इन मोबाइल उपकरणों में सेलफ़ोन, पामटॉप, डिजिटल

डायरी आदि शामिल हैं। अभी वैप की मदद से हम सिर्फ़ टेक्स्ट इंटरनेट यानी बिना चित्रों वाला इंटरनेट देख पाते हैं।

एसएमएस और ईएमएस

जिस तरह इंटरनेट पर ई-मेल के ज़रिए संदेश भेजते हैं उसी तरह मोबाइल फ़ोन से छोटे-छोटे लिखित संदेश भी किसी दूसरे मोबाइल फ़ोन पर भेजे जा सकते हैं। इन संदेशों को एसएमएस यानी शॉर्ट मैसेज सर्विस कहते हैं। दुनिया भर में एसएमएस काफ़ी लोकप्रिय हैं, लेकिन इनके आकार की सीमा निर्धारित होती है। इसके अधिक करने के लिए एक्सटेंडेड मैसेज सर्विस यानी ईएमएस विकसित करने पर काम हो रहा है जिससे लंबे संदेश (जिनमें चित्र और संगीत वाली फाइल शामिल होंगी) भेजे जा सकेंगे।

इंटरनेट टेलीफ़ोनी

इंटरनेट की दुनिया की अगली क्रांति इंटरनेट टेलीफ़ोनी होगी। इसके ज़रिए इंटरनेट का इस्तेमाल टेलीफ़ोन की तरह किया जा सकेगा। इससे टेलीफ़ोन कॉल पर आने वाला भारी खर्च भी बच जाएगा। कुछ पश्चिमी देशों में तो इनका प्रचलन लोकप्रिय भी हो गया है। इसमें वॉयस ऑन इंटरनेट तकनीक का इस्तेमाल किया जाता है। कई देशों में परंपरागत टेलीफ़ोन कंपनियों ने इसके खतरे को भाँपते हुए इसे रोकने की कोशिश भी की, लेकिन वे असफल रही हैं।

सर्वर

यह किसी नेटवर्क का ऐसा कंप्यूटर होता है जो कि सारे नेटवर्क के लिए किसी एक खास काम की ज़िम्मेदारी संभालता है। उदाहरण के लिए अगर किसी नेटवर्क में प्रिंट सर्वर है तो वह नेटवर्क के सभी कंप्यूटरों के प्रिंट निकालने संबंधी काम की देखरेख करेगा।

फ़ैक्स

इसे फ़ैक्सीमाइल भी कहते हैं। यह रेडियो तरंगों या फिर टेलीफ़ोन लाइनों से लिखित जानकारी को एक जगह से दूसरी जगह भेजना और उसे उसी स्वरूप

में हासिल करना संभव बनाता है। साधारण फ़ैक्स मशीन से जब सूचना भेजी जाती है तो वह उसकी लिखित और ग्राफ़िक जानकारी को स्कैन कर लेती है और टेलीफ़ोन नेटवर्क से दूसरी फ़ैक्स मशीन तक भेज देती है, जहाँ उसे उसके मूल स्वरूप में हासिल कर लिया जाता है। इंटरनेट और सूचना क्रांति के आने के बाद इंटरनेट से भी फ़ैक्स भेजना संभव हो गया है। यहाँ तक मोबाइल फ़ोन पर भी आप फ़ैक्स हासिल कर सकते हैं।

मोडेम

डिजिटल डाटा भेजने के लिए मोडेम का इस्तेमाल किया जाता है। जब हम किसी कंप्यूटर को टेलीफ़ोन लाइन के ज़रिए इंटरनेट से जोड़ते हैं तो वहाँ भी यह काम मोडेम ही करता है। यह डिजिटल डाटा को एनालॉग सिगनल में बदल कर तरंगों के रूप में भेजता है।

प्रश्न-अभ्यास

1. नवीनतम इलैक्ट्रॉनिक उपकरणों के विकास से सूचना और संचार क्षेत्र में एक नई क्रांति आ गई है, कैसे?
2. कंप्यूटर को मानव मस्तिष्क का मशीनी रूप क्यों कहा जाता है?
3. आज के युग को इंटरनेट युग क्यों कहा जाता है?
4. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए —
   - ❑ इंट्रानेट
   - ❑ डब्लूडब्लूडब्लू
   - ❑ ई-मेल
   - ❑ फ़ैक्स

परिशिष्ट

जनसंचार माध्यमों की शब्दावली

❑ प्रेस शब्द-सूची

ए. बी. सी. (A.B.C.)	ऑडिट ब्यूरो ऑफ सर्कुलेशन। यह संस्था समाचार पत्रों की प्रसार संख्या की जाँच करती है। इसके द्वारा घोषित प्रसार संख्या को प्रामाणिक माना जाता है।
ऐड (ad)	ऐडवरटाइज़मेंट, विज्ञापन के लिए संक्षिप्त रूप से ऐड शब्द का प्रयोग किया जाता है।
एडवांस (Advance)	हिंदी में इसके लिए 'अग्रिम' शब्द का प्रयोग किया जाता है। ऐसी सामग्री जो निर्धारित समय से पहले ही छपने के लिए आ जाए उसे **अग्रिम** कहते हैं। प्रमुख व्यक्तियों के भाषण आदि पहले ही अखबारों को भेज दिए जाते हैं।
ऑल इन हैंड (All in hand)	इस पद का प्रयोग तब किया जाता है जब किसी संस्करण की सारी सामग्री छपने के लिए चली जाती है। हिंदी में इसके लिए **प्रेषित** का प्रयोग करते हैं।
ए. पी. (A.P.)	यह एक विख्यात संवाद समिति *एसोसिएटेड प्रेस* का संक्षिप्त रूप है।
एसाइनमेंट (Assignment)	संपादक, ब्यूरो चीफ़ या मुख्य संवाददाता की ओर से संवाददाताओं को खबर लाने के लिए जो निर्देश दिए जाते हैं उसे एसाइनमेंट कहते हैं।

एक्सक्लूसिव (Exclusive)	किसी अखबार में छपा वह विशेष समाचार जो कहीं और न छपा हो।
बी.एफ. (B.F.)	बोल्ड फेस। इसका अर्थ होता है मोटे या अधिक काले प्रभाव वाला टाइप।
बैलून (Balloon)	व्यंग्य-चित्रों में पात्रों के संवाद उनके मुँह के पास एक गोल घेरे में लिखे जाते हैं। इस घेरे को ही बैलून कहते हैं।
बैनर (Banner)	अखबार के पहले पन्ने पर अत्यंत महत्त्वपूर्ण **लीड** के शीर्षक को सभी कालमों में फैलाकर छापते हैं तो उसे बैनर कहते हैं। झंडे की तरह बैनर शीर्षक महत्त्वपूर्ण खबर का एक प्रकार से विज्ञापन करता है।
बीट (Beat)	संवाददाताओं के समाचार-संकलन के क्षेत्र को बीट कहते हैं। जैसे नगर निगम, अलग-अलग मंत्रालय तथा अस्पताल।
बॉक्स (Box)	छोटे रोचक समाचार जो चारों ओर से रूल के द्वारा घिरे होते हैं।
ब्रेक (Break)	किसी महत्त्वपूर्ण समाचार को सामने लाना।
ब्रीफ (Brief)	संक्षिप्त समाचारों के लिए इस शब्द का प्रयोग होता है।
बाई लाइन (By line)	खबर के ऊपर लिखा जानेवाला संवाददाता का नाम।
ब्यूरो (Bureau)	विशेष संवाददाताओं के विभाग को ब्यूरो कहते हैं।

कैप्शन (Caption)	तस्वीर के नीचे लिखे गए चित्र-परिचय को कैप्शन कहते हैं।
कालम (Column)	अखबारों के पृष्ठ छह या आठ हिस्सों में लंबवत बँटे होते हैं। इनमें से प्रत्येक हिस्से को कालम कहते हैं।
किल (Kill)	कंपोज की हुई सामग्री को नष्ट करना।
कैरी ओवर (Carry Over)	समाचार के बचे हुए हिस्से को दूसरे पन्ने पर ले जाना।
कॉलमिस्ट (Columnist)	स्तंभ लेखक, समाचार पत्र के अंदर विशेष स्तंभ में नियमित रूप से लिखनेवाला लेखक।
कॉपी (Copy)	आलेख की पांडुलिपि को ही कॉपी कहते हैं।
क्रेडिट लाइन (Credit line)	वह पंक्ति जिससे समाचार का स्रोत बताया जाता है। जैसे प्रे.ट्र., भाषा और वार्ता।
क्रीड (Creed)	टेलीप्रिंटर मशीन पर समाचार भेजने को क्रीड करना कहते हैं।
क्रॉप (Crop)	चित्र को काट-छाँट कर संपादित करने का काम क्रॉप कहलाता है
डेट लाइन (Date line)	तिथि रेखा, खबर के शुरू मे स्थान, दिनांक और महीने के उल्लेख को डेट लाइन कहते हैं।
डेड लाइन (Dead line)	प्रेस में खबर भेजने की अंतिम अवधि को डेड लाइन कहते हैं।

☐ रेडियो और टेलीविजन शब्द-सूची

फ़ेड आउट : जब रेडियो पर कोई ध्वनि धीरे-धीरे समाप्त होती है तो इस प्रक्रिया को फ़ेड आउट कहते हैं। टेलीविजन में दृश्य के धीरे-धीरे हटने की प्रक्रिया को भी फ़ेड आउट कहते हैं।

फ़ेड इन : रेडियो पर कोई ध्वनि जब धीरे-धीरे उभरकर आती है तो इसे फ़ेड इन कहते हैं। इसी प्रकार छवि का धीरे-धीरे पर्दे पर उभरना भी फ़ेड इन कहलाता है।

क्रॉस फ़ेड और डिज़ाल्व : जब रेडियो में एक आवाज़ जाती हुई और दूसरी आती हुई सुनाई जाती है। इस प्रक्रिया को क्रॉस फ़ेड कहते हैं। इस तकनीक को टेलीविजन में डिज़ाल्व कहते हैं। इसमें एक छवि पर्दे के पीछे डूबती हुई और दूसरी उगती हुई प्रतीत होती है।

वाइप : इस प्रविधि में एक तस्वीर दूसरी तस्वीर को पोंछ डालती है और टेलीविजन पर एक तस्वीर को छाँटकर दूसरी तस्वीर आ जाती है।

फ़्लैश-बैक : पुरानी चीज़ों या जीवन को याद करना फ़्लैश-बैक कहलाता है।

पैन : पैन एक प्रकार का विहंगावलोकन है। जिस प्रकार एक पक्षी ऊपर से काफ़ी दूर तक और विस्तार में देख सकता है वैसे ही कैमरा पैन करता हुआ कई दृश्य एक ही बार में दिखा देता है।